



Facultad de Filosofía y Letras  
Departamento de Lingüística General, Lenguas Modernas,  
Lógica y Filosofía de la Ciencia, Teoría de la Literatura y  
Literatura Comparada

Programa de Doctorado en “Estudios Artísticos, Literarios y de la  
Cultura” (R.D. 99/2011)

# **La retórica de la ingenuidad**

**Tesis Doctoral**

Doctorando: D. Miscel STEFENEL

Directora: Dra. Dña. M<sup>a</sup> Amelia FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ

MADRID 2018

*A los ausentes, siempre presentes...*

## **LA RETÓRICA DE LA INGENUIDAD**

## ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>8</b>
<b>PRIMERA PARTE</b>	<b>33</b>
<b>CAPÍTULO PRIMERO: La retórica como ciencia del discurso</b>	<b>34</b>
1.1 Naturaleza y función de la retórica	35
1.2 Desde el Córax a la Nueva Retórica.	43
1.3 La organización y la construcción del texto retórico	58
1.4 De la memoria y de las emociones en la actio/pronuntiatio del texto	66
<b>CAPÍTULO SEGUNDO: De la pérdida de la ingenuidad a la ingenuidad perdida</b>	<b>73</b>
2.1 De la ingenuidad y de la inocencia	74
2.2 Etimología de la ingenuidad	83
2.2.1 Cualidades en conflicto	88
2.2.1.1 Ingenuidad cronológica	91
2.2.1.2 Ingenuidad originaria	92
2.3 La ingenuidad en el Arte	99
2.4 La ingenuidad en la Literatura	108
2.5 La ingenuidad en la Cultura	129
2.6 La pérdida de la ingenuidad	139
2.6.1 La ingenuidad negada	140

2.6.2 La ingenuidad deseada y la ingenuidad alcanzada	153
2.7 La ingenuidad perdida	156
 CAPÍTULO TERCERO: La Retórica en el universo juvenil	 165
3.1 El mundo juvenil	166
3.2 Del “lenguaje de los jóvenes” al “lenguaje joven”	170
3.3 Desde el texto a la digitalización del texto	180
3.4 La digitalización del mensaje, del lenguaje y de las emociones	190
3.5 La webretórica	194
3.6 El ingenuo 2.0	200
 SEGUNDA PARTE	 206
 CAPÍTULO CUARTO: La Retórica de la ingenuidad	 207
4.1 La ingenuidad y la elaboración del discurso de los ingenuos	208
4.2 El argumentar ingenuo	215
4.3 Modalidades, estrategias lingüísticas y estilo del discurso	224
4.4 La actuación mediática y la ingenuidad en los medios	242
 CAPÍTULO QUINTO: De la Retórica de la ganancia a la Retórica de la evidencia.	 250
5.1 El aprovechamiento abusivo de la ingenuidad	251
5.2 De la identidad analógica a la identidad digital: riesgos y ventajas para una identidad ingenua.	265
5.3 De la Retórica de la “ganancia” a la Retórica de la “evidencia”	275

<b>TERCERA PARTE</b>	<b>285</b>
----------------------	------------

<b>CAPÍTULO SEXTO: La niña que hizo callar al mundo durante seis minutos y la bloguera americana que se enfada al oír la palabra infantil.</b>	<b>286</b>
--	------------

<b>6.1 Severn Suzuki</b>	<b>287</b>
--------------------------	------------

<b>6.2 La fuerza de su discurso ante los grandes del mundo</b>	<b>291</b>
--	------------

<b>6.3 Adora Svitak</b>	<b>294</b>
-------------------------	------------

<b>CAPÍTULO SÉPTIMO: La niña vestida de rosa</b>	<b>298</b>
--	------------

<b>7.1 ¿Quién es la niña vestida de rosa?</b>	<b>299</b>
---	------------

<b>7.2 Análisis retórico del discurso pronunciado ante la ONU</b>	<b>303</b>
---	------------

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>312</b>
---------------------	------------

<b>ANEXOS</b>	<b>326</b>
---------------	------------

<b>1) Discurso de Severn Suzuki pronunciado en la Cumbre de la Tierra, Rio de Janeiro, 1992</b>	<b>327</b>
---	------------

<b>2) Discurso de Adora Svitak en la conferencia de la TED, febrero 2010.</b>	<b>331</b>
---	------------

<b>3) Discurso de Malala Yousafzai pronunciado ante la ONU en Nueva York, el 13 de Julio de 2013</b>	<b>336</b>
--	------------

<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>343</b>
---------------------	------------

<b>SITOGRAFÍA</b>	<b>373</b>
-------------------	------------

## **AGRADECIMIENTOS**

A través de unas pocas líneas me gustaría transmitir mi sincero agradecimiento a todas las personas que, directamente o indirectamente, han contribuido a la realización del presente trabajo.

En particular, querría dar las gracias a la Dra. Dña. M<sup>a</sup>. Amelia Fernández Rodríguez, sobre todo por la paciencia, su capacidad de orientar positivamente mi ansiedad, la disponibilidad demostrada, por su amistad y por el apoyo recibido en muchas ocasiones durante la elaboración de esta investigación.

Un “grazie” al Dr. D. Tomás Albaladejo y a todos los profesores y las profesoras de los Departamentos participantes en el Programa de Doctorado en Estudios Artísticos, Literarios y de la Cultura, por los consejos que nos han dado y que nos han permitido elegir la línea de investigación más apropiada para cada uno de los estudiantes del Programa, a los que extendiendo mi gratitud, por la amistad y la colaboración que ha nacido entre este “grupo internacional” de personas motivadas y auténticas.

El trabajo de investigación es algo que se desarrolla en la soledad y en el silencio de las bibliotecas o de las casas, en los paseos por los estantes llenos de libros, de publicaciones, de historias y fuentes, que están esperando que les encuentres para volver a ser protagonistas entre las citas o a lo largo del texto que vas a escribir.

Está hecho de muchas horas de estudio, de apuntes, de pensamientos que se desarrollan en cualquier lugar y a cualquier hora del día o que te hacen despertar por la noche, te hacen dudar, mientras que, otras veces, confirman tu hipótesis.

Es una relación muy estrecha entre tus conocimientos y lo que los libros, las experiencias, los encuentros, las culturas, los viajes y todo lo que la vida te hace aprender.

Es un desafío entre la capacidad de reflexionar sobre un tema que te fascina y en el que te reconoces y la capacidad de encontrar las razones teóricas que pueden apoyar la tesis que quieres demostrar, sin perder el placer de la investigación.

Sin embargo, durante estos años pasados en Madrid, en los que he tenido el honor de ser admitido en el programa de Doctorado en Estudios Artísticos, Literarios y de la Cultura de la UAM, mi condición de doctorando se ha transformado en una experiencia de diálogo y de voces, algunas nuevas, otras conocidas, que han llenado de más significados mi silenciosa investigación.

Todas estas “voces” se refieren a las caras de las personas que conocí en el campus y en las bibliotecas, aulas de seminarios o en la cafetería de la Facultad y que han compartido conmigo, a lo largo de estos años, experiencias y momentos que permanecerán en mi memoria y que me llevaré al otro lado del mar, donde los esperaré, para devolverles el afecto y la amistad que me han dado.

En particular, quiero agradecer a José Manuel –quien con el tiempo también ha aprendido a pronunciar mi nombre y no a llamarme más Ciprián, ni Stefán–, que fue la primera persona que conocí al llegar a la UAM, cuando estaba en el periodo formativo del doctorado, y que me ayudó a “moverme” entre la burocracia y las prácticas administrativas, tal vez movido por el hecho de que me veía tan desorientado y “forzado” a vivir entre la *Tonadilla* del Vizcaíno y las asignaturas a las que, para incidencias informáticas, no me habían inscrito –en aquel entonces, yo vivía y trabajaba como profesor, en los cursos de lengua y cultura italiana, en Ginebra y me despertaba a las 4 de la madrugada, para llegar a tiempo a clase.

Además, no faltan recuerdos para Iván, Yasser, Daniel, Sonia, Laura, Suso, Théophile, Nuria, Sergio, Roberto..., que han llenado de alegría y de sabiduría mi estancia madrileña.

Un “grazie” también a Madrid, a su gente y a su *movida*, por haber sido el contexto en el que, entre sus rincones más característicos, las calles desde Ópera a la Puerta de Sol, los mercados y los barrios castizos, las tapas, sus tablaos flamencos, su historia y su cultura, los salones del *Centro de Arte Reina Sofía* y los de la austera Biblioteca Nacional, pude dar forma a esta tesis, aprovechando un entorno estimulante, donde mis pensamientos pudieron expresar, en total serenidad, las hipótesis que quiero demostrar, a través de este trabajo de investigación.

Finalmente, agradezco a todos los *ausentes siempre presentes*, a mi familia en el cielo y en la tierra y a todas aquellas personas que siguen siendo una pieza importante de mi vida y que han contribuido a motivarme para hacer frente a esta nueva aventura.



Las palabras, Señor Bond, aquí están las nuevas armas. César tenía sus legiones, Napoleón su gran ejército. Yo tengo mis divisiones: televisión, periódicos, revistas [...]. De aquí a la medianoche, habré alcanzado a más personas que cualquier otro en la historia, aparte de Dios. (James Bond, 007: Tomorrow never dies, 1977)

## **INTRODUCCIÓN**

La palabra es un gran soberano que con un cuerpo pequeñísimo y totalmente invisible realiza acciones divinas. Puede, en efecto, hacer cesar el miedo, eliminar el dolor, provocar el gozo, aumentar la compasión. [...]. Hay una analogía entre la potencia del discurso y la regulación del alma, y entre la regulación de las medicinas y la naturaleza del cuerpo. Pues, así como unas medicinas eliminan de los cuerpos ciertos humores y otras otros, y unas pueden hacer cesar el dolor, pero otras la vida, asimismo unos discursos pueden provocar pena, otros deleites, otros disponer a los oyentes a la valentía, otros, con una cierta persuasión nefasta, drogar y seducir el alma.

(Gorgias, Encomio a Helena).

La palabra, el λόγος, nunca como en los últimos años, es el arma más potente del mundo: puede dominar como seducir, afectar a las emociones e influir en los comportamientos de los seres humanos; es omnipotente cuando induce a creer correcto y verdadero lo que se dice, así como cuando llega a hacer actuar de una manera y no de otra.

Es como un frasco de perfume que al ser abierto difunde su aroma en el aire, parafraseando el interesante análisis que Alex Grijelmo<sup>1</sup> hace alrededor del poder de seducción de las palabras y produce distintos efectos cayendo sobre una audiencia que, después de interiorizar, reacciona con modalidades, pensamientos y comportamientos diferentes.

Las palabras han invadido todos los rincones del contexto comunicativo: se entremeten, penetran, flotan, a veces incluso pueden llegar a esas áreas inexploradas que se producen, siempre que se pongan en tela de juicio nuestras emociones.

A diario, esta ola oculta hecha de vocales y consonantes, sino también de sonidos, voces, imágenes, colores y aromas impregna el ser humano depositando alteridad, pero al mismo tiempo tomando individualidad y poniéndose a disposición de otras personas, generando significados.

La comunicación, gracias a la difusión cada vez más capilar de las tecnologías informática, se realiza en tiempo real y ya no se desarrolla únicamente mediante el lenguaje, sino también a través de otros medios, que se sirven de *otras palabras*, como las imágenes, las notas musicales...

Disponemos además de herramientas y medios que facilitan la transmisión de las informaciones, pero, al mismo tiempo, ha subido el riesgo de hacer de la palabra un arma con la que se puede dominar y manipular más que un instrumento para lograr la persuasión.

---

<sup>1</sup> GRIJELMO, Alex, *La seducción de la palabra*, Madrid, Taurus, 2000.

Escribía Neruda: “*quiero que mis palabras digan lo que yo quiero que digan, y que tú las oigas como yo quiero que las oigas*”<sup>2</sup>.

A lo largo de los siglos, hemos asistido a numerosos ejemplos de un uso instrumental de la palabra y del arte de la persuasión, que más que un medio para avanzar por el camino del conocimiento y para transmitir el saber, la ἀλήθεια, como Platón habría exigido, se ha utilizado, a través de una dialéctica tal vez engañosa, para dominar e imponer la propia visión del mundo y de la historia, la misma manera de pensar o incluso el propio pensamiento a los que no poseían de igual manera la habilidad de sofisticar las palabras, así como hacían los Sofistas griegos, que sabían cómo probar todo y su contrario.

De este poder se han aprovechado y siguen haciéndolo los regímenes dictatoriales y totalitarios, que han utilizado el λόγος para manipular y plasmar las mentes de los demás o para transmitir ideas e ideologías.

Basta con recordar el efecto hipnótico que provocaban las grandes reuniones nazis, donde la voz del Führer, junto a su imperiosa gestualidad y a un dominio impresionante de las palabras, sonaba como un mantra tibetano y era capaz de llegar y actuar en la profundidad del alma humana, aprovechándose de la fuerza producida por la unión de las emociones de la colectividad, que llega a ensombrecer la mente y se propaga casi como si fuera un contagio<sup>3</sup>.

La difusión de la imprenta, el crecimiento del nivel de educación, las nuevas formas de comunicación en la red, que se construyen y desarrollan a partir de los aspectos emocionales de las relaciones humanas, han cambiado profundamente el contexto en el que se realiza el acto comunicativo, así como la relación entre quien habla o escribe y el destinatario del mensaje, hasta llegar a forjar una visión del mundo y de la sociedad a través de las emociones.

Vivimos en la época de la comunicación, aunque este término ha sido a veces utilizado demasiado, otras veces se ha “*trasvasado del campo de las relaciones humanas al de las relaciones públicas*”<sup>4</sup>, pero, a pesar de todo, sigue siendo algo tan interesante como fascinante a la vez.

---

<sup>2</sup> NERUDA, Pablo, *20 Poemas de amor y una canción desesperada*, Madrid, Alianza, 2015, p. 30.

<sup>3</sup> OLIVERIO FERRARIS, Anna, *Chi manipola la tua mente. Vecchi e nuovi persuasori: riconoscerli per difenderli*, Firenze, Giunti, 2010, p. 11.

<sup>4</sup> WINKIN Yves, “Introducción”, en: VV. AA, *La nueva comunicación*, selección e introducción de Yves Winkin, trad. cast. FIBLA, Jorge, Barcelona, Kairós, 2005, 5ª ed., p. 11. Sobre el uso y el abuso del término comunicación, escribe Winkin: “La palabra comunicación es un término irritante, un inverosímil trastero donde se encuentran trenes y autobuses, telégrafos y cadenas de televisión, pequeños grupos de

Lo que más caracteriza la sociedad actual, además de haber comprendido la gran oportunidad que ofrece, desde el punto de vista económico, la inversión mediática de las emociones es la rapidez con la que se entrelazan los mensajes y las imágenes que salen y llegan de todas partes del mundo y representan una comunicación global, casi impensable hace apenas unos años.

El lenguaje es lo que permite la interpretación y la manifestación de los sentimientos, de los pensamientos, de las ideas y de las necesidades del género humano y, por lo tanto, si aceptamos la idea de Heidegger de que *“la palabra hablada es la morada de la esencia del hombre”*, el lenguaje entonces vive en nosotros, más bien como propietario que como inquilino, por ser algo innato y que no surge de un acto propio de la voluntad: es la casa del ser.

El lenguaje es el recinto (*templum*), esto es, la casa del ser. La esencia del lenguaje no se limita al significar ni es solamente algo a modo de signo o cifra. Siendo el lenguaje la casa del ser, llegamos a lo existente de suerte que constantemente pasamos por esta casa. Cuando pasamos por la fuente, cuando pasamos por el bosque, pasamos ya siempre por la palabra fuente, por la palabra bosque, aunque no pronunciemos estas palabras ni pensemos en el lenguaje.<sup>5</sup>

El lenguaje es un medio de comunicación exclusivo de los seres humanos y aunque todos lo utilizan, el éxito o el fracaso en los distintos aspectos de la vida dependerá, en gran parte, de la forma en que se usa.

Hablar forma parte del hombre, porque todo lo que se dice o expresa reside en los pensamientos y porque sin el lenguaje el hombre perdería su esencia al prescindir de comunicarse con los demás.

Si el lenguaje es la casa del ser y si en su morada habita el hombre se podría decir que hablar es permitir a los demás la entrada “confidencial” a nuestro hogar, es

---

encuentro, recipientes, esclusas y, naturalmente, una colonia de mapaches, puesto que los animales se comunican, como todo el mundo sabe gracias a Lorenz, Tinbergen y von Frisch. Pero por la misma razón, es un término fascinante. Investigadores y pensadores no cesan de criticarlo, rechazarlo, desmenuzarlo, pero el término siempre vuelve a salir a la superficie, virgen y puro”, *Ibidem*.

<sup>5</sup> HEIDEGGER, Martin, *Sendas perdidas, Holzwege*, trad. cast. ROVIRA ARMENGOL José, Buenos Aires, Losada, 1979, p. 256.

conocer los rincones más profundos e íntimos de esta vivienda; es una invitación a compartir de este espacio hecho de colores, perfumes y sensaciones<sup>6</sup>.

La palabra es algo eminentemente pragmático, por su capacidad de despertar emociones y a través del lenguaje el ser humano llega a conectar con los demás, acercándose con todos sus sentidos, mediante el intercambio de experiencias y sensaciones, logrando su confianza.

La palabra posee una especie de “sacralidad”, porque algo de sagrado tendrá para el hombre el hecho de poder dar un nombre a la realidad e incluso algo de mágico, porque puede modificar a distancia el ser del oyente y esto le confiere un misterioso poder sobre las personas y las cosas: al fin y al cabo, *“la palabra es mágica para quien la escucha –escribía J. P. Sartre–; es mágica porque no sólo por la razón y la evidencia le mueve”*<sup>7</sup>.

Una de las cosas que más distingue al hombre, lo que lo “hace humano”, es la necesidad que tiene de hablar y escribir, de comunicar y compartir emociones, pensamientos, así como deseos y necesidades.

En estos tiempos, todos tienen algo que decir y lo hacen a través de una multitud de lenguajes, de canales y contextos comunicativos, pero no son muchos los que saben cómo hacerlo bien y la Retórica, por su capacidad de hallar medios e instrumentos convenientes a la persuasión, puede quizás convertirse en una herramienta fundamental para mejorar la elocuencia y, a través de ella, estimular el éxito académico, desarrollar competencias profesionales y facilitar las relaciones sociales más aceptables.

Este antiguo arte, tan discutido a lo largo de los siglos, que descubre las limitaciones y los engaños a través de los cuales se construyen las ideologías y, paradójicamente, *“desde la estrategia de construcción de trucos verbales se convierte en una herramienta para desarmarlos, transformándolos en algo vanos y provisionales”*<sup>8</sup>, que sabe cómo manipular y utilizar las trampas y las manipulaciones que se pueden hacer con el lenguaje, pueda quizás enseñarnos como evitar que nos engañen, a descifrar las letras pequeñas que se esconden detrás

---

<sup>6</sup> HERNÁNDEZ GUERRERO, José Antonio y GARCÍA TEJERA, María de Carmen, *El Arte de hablar. Manual de Retórica práctica y de oratoria moderna*, Barcelona, Ed. Ariel, 2004, p. 15.

<sup>7</sup> LEAL QUEVEDO, Francisco, “La infancia, allí donde nacen las palabras”, *MaguaRed, Cultura y primera infancia en la web*, 24 de febrero de 2016. Online en: <https://cuatrogatos.org/detail-articulos.php?id=456> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>8</sup> RAIMONDI, Ezio, *La retorica d'oggi*, Bologna, Il Mulino, 2002, p. 85.

de las palabras y de los mensajes que escuchamos en el día a día e incluso explicar por qué el engaño lingüístico es posible.

Es verdad que, hoy en día se escucha y se lee de todo, hay productos de buena calidad, así como de bajo nivel, pero esto es el resultado de la comunicación global, de la rapidez con la que salen y llegan los mensajes, sean estos escritos, orales, visuales, etc. a nivel local, así como planetario, que ha transformado por completo todos los elementos que participan en el acto comunicativo.

Cada persona, que tenga la oportunidad de conectarse a la red, vive la ilusión de pasar de ser un simple anónimo y llega a actuar, creyéndose libre de expresar, opinar e incluso juzgar, en la mayoría de los casos, sin tener la más mínima competencia para hacerlo.

La pseudo libertad que Internet ha introducido entre los hablantes representa casi una paradoja, cuando se tiene la ilusión de ser el protagonista mientras que, en realidad, no se hace otra cosa que conformarse a los demás, a los que tienen más presencia, más seguidores, porque el *ethos* ya no se conquista a solas, sino compartiendo, como si fuera la suma de diferentes individualidades y la autoridad se la otorga la masa de usuarios.

Entre estos elementos, lo que se ha transformado de forma sustancial es el lenguaje que a veces se ha enriquecido, incorporando neologismos que poco a poco entran en el uso diario de los hombres, otras veces se ha empobrecido y ha perdido ese poder persuasivo que le pertenece.

Independientemente del hecho de que el lenguaje haya invadido todos los ámbitos en los que se realiza la comunicación y se haya infiltrado entre los meandros de la sociedad en general, la transmisión del mensaje sigue siendo a menudo confusa e imprecisa.

Las nuevas tecnologías de la comunicación han producido una contracción significativa del lenguaje, lo que ha traído un empobrecimiento progresivo del extraordinario potencial y de aquella riqueza que la lengua ha demostrado bien poseer, a través de la escritura, a lo largo de su historia.

Al sustituir la lengua con las imágenes se ha reducido la forma de pensar, sobre todo de los jóvenes que poco a poco llegan a ser menos comunicativos, en el sentido común del término, pero más digitales e interactúan mediante un lenguaje,

que ha adoptado, por un lado, “*la simplificación de twitter, por ejemplo, y la pictografía de los signos gráficos del teléfono móvil*”<sup>9</sup>, por el otro.

Las relaciones y el diálogo, hechos de contactos visuales y olfativos, han sido reemplazados por la frialdad de la comunicación virtual que se realiza a través de la pantalla. La conducta humana ha llegado a hacerse dirigir por una lógica muy parecida a la lógica informática binaria del *guardar y/o borrar*: la emoción inmediata domina la voluntad, la impresión determina la regla y sólo el *network* puede condicionar el individualismo pragmático del hombre virtual<sup>10</sup>.

Hace unos años, frente a la real amenaza de liberación de la energía atómica y en particular de una guerra atómica, se hablaba de una “*atomic age*”; hoy en día, el peligro es el ordenador y su lenguaje desnaturalizado y por esto habría que hablar de una “*computer age*”, como la consideraba el filósofo alemán Georg Gadamer, que llega a modificar las normas que regulan la comunicación, el lenguaje y hasta la moral:

[...] Mientras tanto, se empieza a hablar de *computer age* en la persuasión no infundada de que todo el estilo de vida y las relaciones humanas cambiarán radicalmente. Cuando el toque de un botón permite llegar al vecino, éste se hunde en una distancia inalcanzable<sup>11</sup>.

El apoyo que la Retórica puede ofrecer al rescate de la palabra es supervisar la adaptación de la comunicación al nuevo contexto, que ya no es el entorno tradicional que puede ser dominado y orientado, sino que es un espacio hecho de interacciones y conexiones que viajan a una velocidad impresionante y que se compone de millones de receptores.

---

<sup>9</sup> RAVASI, Gianfranco, “Pur di capire i giovani ho ascoltato Amy Winehouse”, *Atti del Convegno* “Culture giovanili emergenti”, Roma, 31 de enero de 2013.

<sup>10</sup> *Ibidem*

<sup>11</sup> DOTTORI, Ricardo, REALE, Giovanni, *Gadamer Hans Georg, La responsabilità del pensare: saggi ermeneutici* (1900-2002), Milano, Vita e Pensiero Università, 2002, p. 40.

El mensaje llega a un contexto donde se realiza una *poliacroásis receptiva*<sup>12</sup>, y, para lograr la efectividad persuasiva, tiene que adaptarse a este canal tecnológico. Este nuevo espacio es inestable, no tiene una memoria que sea garante del conocimiento y lo que queda es el mensaje, que es una suma de palabras, sonidos, imágenes y estos mismos se convierten en objeto de estudio de la Retórica. En la Retórica cultural es de gran importancia el concepto de *poliacroásis* –término acuñado por el profesor Tomás Albaladejo–, formado a partir de la palabra griega *akróasis* (‘audición’, ‘interpretación’) y el prefijo *polý* (‘múltiple’) y se refiere a los procesos múltiples y plurales de audición e interpretación, resultando de gran utilidad para entender la finalidad persuasiva de distintos tipos de discursos.

El discurso retórico está dirigido a unos receptores que se caracterizan por lo que denomino poliacroásis, es decir, por su audición plural, por ser un auditorio plural, un conjunto de oyentes diversos que realizan múltiples actos de audición/interpretación del discurso, tantos actos, como sujetos de los mismos, es decir, oyentes hay. Los miembros de un jurado, como los jueces que forman un tribunal, son un conjunto de personas diferentes entre sí, cada una de estas personas tiene su propio carácter, su propia ideología, sus matices dentro de una misma ideología, etc.; cuando actúan como oyentes de un discurso retórico se caracterizan por la poliacroásis. Lo mismo sucede en el caso de los miembros de una cámara parlamentaria, que son receptores plenamente vinculados a la poliacroásis. De igual modo, los oyentes ante los

---

<sup>12</sup> Para el concepto de *poliacroásis*, véanse: ALBALADEJO, Tomás, “Poliacroásis in Rhetorical Discourse”, *The Canadian Journal of Rhetorical Studies*, 1998, núm., 9, pp.155-167. ALBALADEJO, Tomás, “La poliacroásis como componente de la comunicación retórica”, *Tropelías, Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 1998-1999, pp. 5-20. ALBALADEJO, Tomás, “Los géneros retóricos: clases de discurso y constituyentes textuales”, en: Paraiso, I. (coord.), *Téchné Rhetoriké. Reflexiones actuales sobre la tradición retórica*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 1999, pp. 57-64. ALBALADEJO, Tomás, “Poliacroásis en la oratoria de Emilio Castelar”, en: Hernández Guerrero, J. A., Coca Ramírez, F., Morales Sánchez, I. (coords.), *Emilio Castelar y su época. Ideología, Retórica y Poética*, Cádiz, Universidad de Cádiz, 2001, pp. 17-36. ALBALADEJO, Tomás, “Retórica, tecnologías y receptores” *Logo, Revista de Retórica y Teoría de la Comunicación*, 2001, núm., 1, pp. 9-18. ALBALADEJO, Tomás, “Retórica y propuesta de realidad (La ampliación retórica del mundo)”, *Tonos Digital, Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 2001, núm., 1. ALBALADEJO, Tomás, “La poliacroásis en la representación literaria. Un componente de la retórica cultural”, *Castilla, Estudios de Literatura*, 2009, núm., 0, pp. 1-26. ALBALADEJO, Tomás, “Retórica de la comunicación y retórica en sociedad”, en: Beristáin, H., Ramírez Vidal, G. (eds.), *Crisis de la historia*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, 2009, pp. 39-58. ALBALADEJO, Tomás, “La poliacroásis y su manifestación en la retórica política. A propósito del discurso inaugural de Barack Obama”, en: Cifuentes, J. L., Gómez, A., Lillo, A., Mateo, J., Yus, E. (eds.), *Los caminos de la lengua. Estudios en homenaje a Enrique Alcaraz Varó*, Alicante, Universidad de Alicante, 2010, pp. 927-939.



que el orador pronuncia un discurso de género epidíctico tienen la pluralidad que les proporciona su heterogeneidad, por lo que actúan como oyentes caracterizados por la poliacroásis.[...]¹³.

No cabe duda de que, hoy más que nunca, llegar a comprender de forma clara y auténtica lo que nos transmite la muchedumbre resulta un reto clave para los que confían en la Retórica que, por su ser también un arte, a ésta se refieren para perfeccionar el lenguaje, sacando de este igual valor al “ornamental” y a lo “específico”, al particular de las cosas que define.

De lo “ornamental” del lenguaje, se sirven para que se llegue a poner en marcha la edificación de aquel contexto, en el que pueda actuar la persuasión.

A fin de cuentas, “*examinar las herramientas de conversación de una cultura es una excelente forma para llegar a entenderla*”¹⁴ y tener instrumentos, para explicar e/o interpretar las diferentes reacciones provocadas en la multitud por el discurso, facilita además la capacidad de encontrar el hilo conductor, el lenguaje más apropiado y las modalidades más adecuadas para transmitirlo.

Todo esto hace posible entender las demandas de una sociedad, cada vez más alienada e individualista y proporcionar respuestas que contribuyen al vertido de los cimientos sobre los cuales construir una sociedad participativa, donde cada uno pueda expresarse de manera consciente y estar seguro de que alguien no sólo le escuche, le twitteo o le ponga un “I Like” en el Facebook, sino que intentará comprenderle.

Un nuevo entorno donde, a través del lenguaje y de sus poderes, la persona pueda recuperar su singularidad dentro de la comunidad y contribuir a poner freno a la deriva de los vínculos interpersonales, cada vez más disipados, desintegrados y convertidos en algo meramente efímero.

Decía Zygmunt Bauman, que la sociedad moderna, el mundo de hoy, el resultado de la globalización, junto a la complicidad de la tecnología, a pesar de no tener ni la estructura ni la solidez de la del pasado, se distingue por la velocidad, con la que

---

¹³ ALBALADEJO, Tomás, “Polifonía y poliacroásis en la oratoria política. Propuestas para una retórica bajtiniana”, en: Cortés Gabaudan, F., Hinojo Andrés, G., López Eire, A. (eds.), *Retórica, Política e Ideología. Desde la antigüedad hasta nuestros días*, Actas del II Congreso Internacional de LOGO, Asociación Española de Estudios sobre Lengua, Pensamiento y Cultura Clásica, Salamanca, 24 -29 de noviembre de 1997, Salamanca, Logo, Vol. III, Ponencias 2000, pp. 11-21.

¹⁴ CASTILLO, ANTONIO, *Neologismos y sociedad de conocimiento*, Barcelona, Ariel, 2007, p. 14.

cambian las costumbres y las condiciones, a través de las cuales actúan sus miembros<sup>15</sup>.

Los cambios se realizan mucho antes de que lo nuevo pueda transformarse en algo sólido y duradero; sin embargo, tras la crisis de la comunidad, ha surgido una especie de individualismo que ha hecho que la sociedad misma sea más frágil y se ha convertido en una “entidad líquida”, donde todas modalidades de organización y de relaciones interpersonales son anónimas, mutables y se derriten con facilidad: *“la modernidad líquida es la creencia de que el cambio es lo único permanente y que la incertidumbre es la única certeza”*<sup>16</sup>.

El profesor Umberto Eco, intentó explicar la metáfora Baumaniana de modernidad líquida y el pensamiento del sociólogo polaco sirviéndose de estas palabras:

[...] Con la crisis del concepto de comunidad emerge un individualismo desenfrenado, en el que nadie es compañero de viaje de nadie sino un antagonista, de que tener cuidado. Este subjetivismo ha socavado los cimientos de la modernidad, la ha hecho frágil, por lo tanto, una situación en la que, careciendo de cualquier punto de referencia, todo se disuelve en una especie de liquidez<sup>17</sup>.

En este contexto tan inestable, en el que el hombre 2.0 está cediendo gradualmente su subjetividad, parte de su historia –en particular la que lo identificaba como entidad social concreta y conocida–, a favor de una individualidad anónima, de un individuo escondido en la invisibilidad y en la indiferencia de la muchedumbre es imprescindible, más que nunca, volver a escuchar a la multitud de voces y dar

---

<sup>15</sup> Zygmunt Bauman, conocido en todo el mundo por ser el teórico del posmodernismo y de la llamada “modernidad líquida”, nació en 1925, en Polonia, en una familia pobre de origen judío. Se vio obligado a huir del terror nazi a la Unión Soviética, al estallar de la Segunda Guerra Mundial y luego entró en el ejército polaco en el frente ruso. Regresó a Polonia, donde fue profesor en la Universidad de Varsovia durante años, pero una feroz campaña antisemita le había exiliado de nuevo en 1968. Tras su estancia en Israel, donde ejerció como profesor unos años en la Universidad de Tel Aviv, y su pasaje por las Universidades de Australia, Canadá y EE.UU, hizo de Gran Bretaña su nuevo lugar de trabajo y de vida, hasta su fallecimiento, el lunes 9 de enero de 2017. Profesor emérito por la Universidad de Leeds, ciudad inglesa en la que vivió, ocupó el cargo de jefe del departamento de sociología hasta su retiro en 1990 y siguió publicando ensayos que han tenido importancia mundial más allá del mundo académico.

<sup>16</sup> Entrevista con Bauman, Zygmunt, por Jorge Fontevecchia, “La incertidumbre es la única certeza que tenemos”, *Perfil*, 9 de agosto de 2015. Consultado en: <http://www.perfil.com/internacional/zygmunt-bauman-ser-populista-no-es-siempre-malo.phtml> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>17</sup> Eco, Umberto, “La società líquida”, *L'Espresso*, La bustina di Minerva, 29 de mayo de 2015. Consultado en: <http://espresso.repubblica.it/opinioni/la-bustina-di-minerva/2015/05/27/news/la-societa-liquida-1.214625> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

curso a las exigencias que, aunque no explícitamente, surgen entre los perfiles de los usuarios de esta sociedad de la comunicación multimedia.

Hay que reconocer la necesidad de evitar

el deterioro de la capacidad de escuchar y de la facultad de comprender, que llevan al empobrecimiento de la capacidad de dialogar, una forma de comunicación de vital importancia en el mundo offline<sup>18</sup>.

Sería conveniente, entonces, intentar recuperar estos dos aspectos que están en la base de la comunicación y de las relaciones entre los humanos y el entorno en el que se despliega su vida.

*Escuchar y comprender* para reactivar la capacidad de *dialogar* como sujetos reales y no sólo virtuales –a través de un lenguaje que, purificado de las contaminaciones de la comunicación en la red o en otros lugares, vuelva a ser capaz de transmitir impresiones y emociones verdaderas–, capaces de activar reacciones múltiples en un contexto que deje de ser aséptico e impersonal.

La Retórica podría ayudarnos en la búsqueda de aquella autenticidad espontánea, que parece tan necesaria, para restablecer un mejor equilibrio entre las relaciones interpersonales, para llevarlas a un nivel que valore la subjetividad, la individualidad real de cada sujeto involucrado en este proceso que lleva a la persuasión.

La sociedad actual debería tener más en cuenta las diversas modalidades, a través de las cuales se intenta encontrar un lugar, que sea real, identificable y reconocible, donde las diferentes opiniones o voces –que llenan el contexto en el que se desarrollan–, puedan reflejar la imagen de una sociedad que intenta dialogar con sus miembros o por lo menos que trata de hacerlo.

Sin embargo, este lugar es una realidad, en la que las diversidades, las discapacidades y todo lo que en estos tiempos se considera como una falta, como algo negativo, representan un valor adjunto, una manera diferente de considerar las cosas y las prioridades de una sociedad, que quizás volverá a poner la

---

<sup>18</sup> Entrevista con Bauman, Zygmunt, por Marina Artusa, “Vivimos en dos mundos paralelos y diferentes: el online y el offline”, *Clarín*, 6 de julio de 2014. Consultado en: <http://sociologos.com/2014/07/06/zygmunt-bauman-vivimos-en-dos-mundos-paralelos-y-diferentes-el-online-y-el-offline/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

individualidad y todas sus manifestaciones en el centro de la relación comunicativa, donde la conversación, entendida como discurso entre pares, se fortalezca a través del diálogos entre co-protagonistas.

La Retórica sigue siendo, como siempre ha sido, una fe en la palabra que permite a los seres humanos llegar a un compromiso, permaneciendo en posiciones diferentes, sin tener que recurrir a algo que está más allá de la palabra, la violencia [...] La Retórica, como algunos estudiosos piensan, puede ser sólo una teoría del diálogo, entendido como una red de conflictos, diferencias, donde todo el mundo sigue siendo sí mismo, a pesar de tener que entrar en una relación, sin posesión de la verdad absoluta y totalitaria, sino solamente unas verdades parciales<sup>19</sup>, en particular aquellas que están en conflicto entre ellas, sobre las que hay que discutir, sobre las que hay que convencerse<sup>20</sup>.

Entonces... ¿Por qué una investigación sobre la Retórica de la ingenuidad? ¿Qué se quiere decir con ingenuidad? ¿Qué es lo que acerca dos términos aparentemente en conflicto, pero que, en realidad, tienen mucho más en común de lo que generalmente pensamos? ¿Cuál es, en la sociedad en la que vivimos, el vínculo que se podría establecer entre la antigua, aunque renovada, técnica oratoria, cuyo objetivo es el de persuadir y convencer y la ingenuidad, que es una característica del hombre ingenuo, él que más fácilmente se deja seducir por el poder del logos? Una de las razones que podría justificar el nexo entre estos dos términos es la “suerte” que han tenido en el compartir la preferencia semántica para el uso del significado etimológico peyorativo que se les asocia y se les ha asociado a lo largo de la historia.

Por un lado la Retórica, que sirviéndose de la palabra y del poder que le pertenece, intenta convencer y persuadir a los demás por medio del asentimiento psicológico que se realiza entre el hablante y el oyente, pero que, al mismo tiempo, es sinónimo de ficticio y falso; por otro lado, el ingenuo, el cándido, él que dice la verdad libremente, pero que, por su incapacidad en reconocer los peligros y la

---

<sup>19</sup> RAIMONDI, EZIO, *op. cit.*, 2002, pp. 33-34.

<sup>20</sup> *Ibidem*, p. 22.

maldad en los hombres, se deja entusiasmar y/o engañar, embaucar o manipular e influir en sus decisiones.

La ingenuidad, principalmente por su poder persuasivo y desde que fue reconocida como una cualidad del hombre nacido libre, ha sido el rasgo característico más utilizado para describir al ingenuo, para justificar teorías en las artes, como en la literatura y en las humanidades en general, pero también, el aspecto del que se han aprovechado individuos sin escrúpulos para dominar, hacer propaganda o para lograr beneficios, identificando la ingenuidad como la característica más común del “pueblo” y de todos los que se involucran con una situación o un personaje al que delegan su confianza.

Sin duda alguna, los movimientos de protesta política, el *populismo* de las masas de los indignados, de la generación de los interconectados, que confían en las encantadoras palabras de un líder o un grupo político, sin cuestionarlas, son un ejemplo de uso instrumental de la ingenuidad, construido sobre el significado peyorativo que se le asocia y su uso indebido, como sinónimo de inocencia.

La “máquina publicitaria” es otro ejemplo de cómo la ingenuidad y la imagen que refleja en la sociedad ha sido asociada al beneficio económico y a la ganancia, por su capacidad en despertar las emociones en el receptor y persuadirlo y/o convencerlo de la bondad o de la *utilitas* de la causa promocionadas.

La retórica publicitaria, por ejemplo, centrándose en la reacción a la que da lugar todo lo que está relacionado con la ingenuidad, ha identificado una herramienta, que casi nunca falla, a disposición del emisor para lograr sus objetivos.

En estos aspectos, sin embargo, Retórica e ingenuidad se relacionan a través de su significado semántico peyorativo y el arte, que sabe cómo sofisticar el significado de las palabras, llega a alcanzar su reto, que otra cosa no es que persuadir y convencer a los demás de la eficacia de su producto.

Entre la crítica y las investigaciones que he podido revisar hasta la fecha, no he encontrado ningún trabajo que haya tratado la ingenuidad con la misma intensidad con la que se ha trabajado sobre presupuestos persuasivos, que implican elaboradas estrategias de convicción, ni tampoco mencionado la ingenuidad como un rasgo característico, por lo menos en la retórica comunicativa.

En la actualidad, aunque hablar de Retórica, de lo que es producto retórico sigue siendo expresión de lo ficticio, de lo artificial, como algo que apuesta por el beneficio y el éxito, en lugar de la verdad, se da por sentado que la Retórica, que

ha creado prácticamente toda la civilización occidental, ha invadido todos los niveles, incluso lo más recóndito, de la relación entre los humanos: ya no es sólo el territorio ni el instrumento exclusivo de la política ni de los políticos, sino una herramienta que les asusta, por el hecho de que a través de la Retórica los gobiernos y los gobernantes pueden triunfar o caer en el olvido.

No es sólo una técnica que tiene el poder de hacer condenar o absolver a los delincuentes en los tribunales, sino la configuración misma de la sociedad civil, que otorga, a través de la Ley, una fuerza formal a las palabras.

En cualquier sociedad, el instrumento de dicho poder es la palabra y, aunque las sociedades –siempre más vinculadas con el mundo de la información, que ha introducido muchos cambios–, se están convirtiendo en la expresión de una especie de “democracia digital” y, a través de la participación de sus usuarios/ciudadanos, van sustituyendo poco a poco la anticuada idea de democracia representativa, siguen pendientes de este poder.

Las nuevas tecnologías han amplificado la voz y la autoestima del hombre, haciendo que “se sienta” involucrado en el poder decisonal, lo que hoy en día se conoce como *policy making*, y que pueda, a través de un click en el ordenador, un *twitter* o un *I Like*, ser determinante a la hora de tomar una decisión importante.

El hombre de este segundo milenio, el *homo digitalis*, a pesar de estar envuelto por completo en el proceso comunicativo, de ser un gran consumidor y productor a la vez de mensajes, de imágenes y sonidos, no siempre es capaz de reflexionar críticamente sobre el lenguaje ni sobre el poder persuasivo de la palabra.

Por un lado, estamos asistiendo a un crecimiento exponencial de las estrategias de información y comunicación, que se ponen en marcha, para lograr diferentes objetivos y metas, por otro lado, va aumentando la demanda cada vez más apremiante de simplificación.

La razón de esta solicitud se puede encontrar en el mismo hombre que, a pesar de haber sin duda alcanzado un nivel más amplio de libertad de expresión, opinión y crítica, no siempre dispone de herramientas y habilidades que permiten un uso responsable y consciente de esta “libertad ampliada” que está a su disposición.

La variada audiencia de usuarios digitales es el resultado de un largo proceso de asimilación de las individualidades de miles de personas interconectadas, cada una de las cuales se ha formado a través de trayectorias diferentes.

Hay quien ha llegado a tener una determinada actitud, como consumidor/ productor de mensajes, empezando como oyente, como quien se ha formado escuchando alguien que le contó algo y así se ha acostumbrado a recibir y/o subir el embrujo de las palabras, a través de aquellos “ecos acústicos”<sup>21</sup> capaces de capturar la atención y mover las cuerdas de los sentimientos.

Una condición que acerca los antiguos oyentes de la cultura clásica a los niños, que aún no cuentan con herramientas tales como la lectura o la escritura, que se alimentan de las “palabras orales”, lo que deja salir las impresiones, sobre las que opera la retórica para persuadir.

Cada mensaje, texto o discurso está diseñado para satisfacer en el acto en que se pronuncia a los oyentes presentes.

La recepción del mensaje no pasa por ningún filtro o remodelación ajena, como puede pasar con los textos escritos o leídos.

Luego, con el paso de la oralidad a la cultura escrita, que supuso un cambio de las modalidades comunicativas entre los seres humanos, la atención se dirige sobre los que se han formado principalmente por medio de palabras escritas, de una estructuración diferente de la transmisión/recepción de los pensamientos.

La invención de la escritura y la introducción del alfabeto fonético obligaron al hombre a abandonar ese espacio acústico –que no tenía horizontes ni límites– y su manera de entender “lo escuchado”, para mudarse a un nuevo espacio visual, circunscrito y uniforme, donde la comprensión de “lo leído”, ha pasado a depender del ojo y de la capacidad de descodificar los nuevos signos gráficos.

El texto escrito expresa una argumentación más formal, en el que la expresividad y la narración son privilegiadas, donde la lógica y la racionalidad de la forma –impuestas por el nuevo medio–, reemplazan la espontaneidad, las oportunidades cronológico/situacionales de transmisión del mensaje, lo visual e incluso la reacción emocional, los lugares comunes..., los “ingredientes” típicos de la oralidad.

---

<sup>21</sup> FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, María Amelia, “Ecos acústicos, ecos digitales: reflexión sobre la recepción y la creación ‘literarias’ en el medio digital”, *Cuadernos de Literatura*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana de Colombia, 2007, Vol. XII, núm.23 (número monográfico “Narrativa digital”), pp. 75-89. Consultado en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cualit/article/view/6556> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

En la Antigüedad, la prosa propiamente dicha era en parte, un eco del discurso oral y se formaba según sus propias leyes, mientras que nuestra prosa se ha de explicar cada vez más a menudo a partir de la *escritura*, y nuestro estilo se presenta como algo que ha de ser percibido a través de la *lectura*<sup>22</sup>.

Pasar de la palabra escuchada a la palabra leída –codificada por medio de la escritura e interpretada a través de la lectura–, de “la voz” que atrapa directamente al oyente, trabajando en sus emociones, a la “página impresa” que alcanza al lector de forma indirecta, después de someterse a varios ajustes debidos a las características del medio, ha modificado tanto la relación comunicativa como la organización y la forma de transmisión/recepción del mensaje.

Finalmente, hay quien ha nacido en la era informática y se ha formado principalmente a través de una palabra digitalizada y de una información globalizada, en continuo movimiento, capaz de llegar en cualquier lugar y a cada persona, compartida y construida en las redes sociales, el fenómeno comunicativo del siglo XXI.

Entre la variada composición de la audiencia de la nueva comunidad de hablantes están también los “ingenuos”, esa categoría de personas que han hecho de su *ingenuitas* –concebida, como veremos en los siguientes capítulos, como la manifestación de la libertad y autenticidad del hombre–, una forma de expresar la propia individualidad, su propia manera de comprender y/o resolver las cosas, su manera de comunicar a través de un lenguaje sencillo, creativo, objetivo y capaz de hacer visible la autenticidad de los significados que quieren transmitir, para capturar la atención de una audiencia, que de “ingenuidad” tiene muy poca.

La ingenuidad, por lo visto hasta la fecha, ha sido investigada sobre todo en relación con el ingenuo/receptor y los efectos, las consecuencias de una comunicación abrumadora, de una sobredosis de información sobre una personalidad ingenua y más expuesta al riesgo de manipulación y también con los beneficios que se pueden conseguir, invirtiendo en los sentimientos inocentes y en la maleabilidad de una persona cándida.

---

<sup>22</sup> NIETZSCHE, Friedrich, “Descripción de la Retórica antigua, semestre de invierno 1872”, en: NIETZSCHE, Friedrich, *Escritos sobre retórica*, ed. y trad. SANTIAGO GUERVÓS, Luis Enrique, Madrid, Trotta S.A., 2000, p. 91.



Nuestro reto será analizar la *ingenuitas* del ingenuo/emisor, utilizarla como herramienta para la construcción de situaciones y relaciones comunicativas más sencillas y más verdaderas a la vez, aprovechando la potencialidad persuasiva que pertenece a cada aspecto en el que la ingenuidad originaria del hombre se puede manifestar.

Este trabajo de investigación se ha desarrollado a partir de un *Corpus* compuesto por diversos textos, pronunciados o escritos por jóvenes, que formaron parte de mi Trabajo de Iniciación a la Investigación, donde intenté demostrar la tesis de la existencia de una Retórica de la “*ingenuidad*”, que se caracteriza por la espontaneidad, la naturaleza argumentativa o sentimental, el uso de la palabra, que llega al oyente, entre esta Babel lingüística, como instrumento que designa todo aquello que existe o tiene entidad, sea material o inmaterial, real o imaginario, concreto o abstracto o sean pensamientos, sensaciones que deben persuadir y/o convencer.

Además, este *Corpus* recopila todas las conversaciones, los textos y los discursos escuchados, durante más de 30 años, trabajando como profesor de primaria, como maestro que ha intentado comprender estas modalidades comunicativas tan especiales y persuasivas, para no dejarse llevar a menudo por el embrujo de sus palabras.

A través de un enfoque histórico/comparativo, se ha investigado sobre la evolución del concepto de infancia y del de ingenuidad/inocencia, y de la relación que ese aspecto de la personalidad del hombre tuvo con el arte, la literatura y la cultura.

En este sentido, el *Corpus* ha sido implementado por referencias bibliográficas y comparaciones entre trabajos, que se habían acercado, referido y usado, directa o indirectamente, a la ingenuidad como medio para persuadir y cuál es la idea de ingenuidad a la que se referían, en relación con el significado etimológico de este término, a lo largo de la historia de la humanidad.

La historia de la infancia, la de la educación y de la literatura infantil han ayudado a comprender cómo hemos llegado a la interiorización de este concepto, cómo lo concebimos y cómo lo utilizamos, en la experiencia cotidiana y en relación con su función retórica. Conocer y comparar la historia de algunos niños, que a través de discursos y/o intervenciones públicas llegaron a cumplir con el objetivo de la Retórica, como arte y ciencia de la persuasión, es reconocer la importancia a una

etapa del crecimiento, que ha sido poco valorada e incluso marginada, por todas las problemáticas que se le atribuyen y que están relacionadas con el mundo de los jóvenes: la superficialidad, la “impresentabilidad”, la pobreza y la vulgaridad lexical, las manifestaciones en defensa de los derechos de algo y de alguien y otras más. Las historias de estos pequeños líderes demuestran que escucharlos es algo muy bueno e incluso muy interesante, porque sus fuerzas, sus energías y sus verdades pueden llegar a ser desarmantes e incluso disruptivas.

En realidad, en este *mundo* se pueden encontrar “personajes” que sorprenden, que llegan a hacer conmover a una audiencia, que llegan hasta a descolocar a las jerarquías y a los gobernantes del mundo.

Puede que los líderes de gobierno hayan gastados cantidades desorbitadas de dinero en campañas publicitarias en favor de la educación, pero no han llegado a ser tan creíbles ni persuasivos como la joven paquistaní Malala Yousafzai, con su discurso ante a la ONU. Y quién puede tal vez dudar de que, sin el testigo del pequeño Ishmael Beah, alguien realmente se hubiera dado cuenta de la existencia de los niños soldados y de la situación de la infancia, entre los rebeldes de Sierra Leona.

A pesar de ser niños, tienen la fuerza de mover el mundo, de agitar las conciencias y mostrar un coraje del que, a menudo, carecen los adultos.

Son pequeños líderes que sostienen grandes batallas y, nunca más como en estos tiempos, donde la crisis de representación, que afecta a todas las instituciones sociales, la voz de la infancia y su ingenuidad consigue hacerse escuchar, aún más que la de un político o un representante de organismos internacionales, por ser algo diferente de lo conocido. Gracias a la red, por el hecho de que la plataforma multimedia pone todos al mismo nivel y a los medios de comunicación en general, se han conocido muchos de estos “pequeños oradores”. En otras épocas, la voz de algunos niños y su denuncia de las situaciones de desigualdad e injusticias, ya se había hecho escuchar, aunque entonces, no había internet, pero el mensaje llegó allí, dónde tenía que llegar y consiguió convencer y persuadir. La treceañera Ana Frank, a través de su *diario*, ha dejado el más lúcido y emotivo testimonio del Holocausto; Ruby Bridges que, con sólo seis años, se atrevió a unirse a una clase de blancos en Nueva Orleans, soportando insultos y amenazas, llegando a ser el símbolo estadounidense de la batalla contra la segregación racial.

Tampoco se puede olvidar la historia de Iqbal Masih, el niño paquistaní de doce años, vendido por su padre a un fabricante de alfombras. El niño encontró la fuerza para rebelarse y escribió una carta, con la que quería despedirse del trabajo, para incorporarse a los sindicatos locales. Iqbal fue asesinado en 1995, convirtiéndose en un icono, para todas las ONG y otras organizaciones que se operan y luchan contra el trabajo infantil.



Una curiosa tendencia, en Nueva York, que tiene mucho que decir sobre cómo la vida y las relaciones personales, en las grandes sociedades de la comunicación ininterrumpida, hayan alcanzado un nivel tan alto de estrés, era ponerse en la cola, en la espera de recibir un *emotional advice*, un consejo emocional, por parte de un jovencito de 12 años. ¿Su arte? La de escuchar y dialogar.

El pequeño Ciro Ortiz, conocido entre los usuarios de la línea de metro de la metrópoli norteamericana, cada domingo, en la parada Bedford (Línea L) con su mesita pagable y dos sillas y se pone a disposición de quienquiera que necesite asesoramiento emocional.

Según informa el diario *New York Post*<sup>23</sup>, cuando era todavía más pequeño, Ciro fue víctima de acoso escolar, que pudo superar con el apoyo de sus padres. Lo que “gana” prestando sus oídos para escuchar a los que necesitan compartir unos pensamientos, una preocupación o una inquietud o simplemente *charlar con*

<sup>23</sup> Véase: GOLLAYAN, Christian, “Subway riders are turning to this 11-year-old shrink for advice”, *New York Post*, 11 de diciembre de 2016. Online en: <http://nypost.com/2016/12/11/subway-riders-are-turning-to-this-11-year-old-shrink-for-advice/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

Para más informaciones y detalles acerca de Ciro Ortiz, véase también el vídeo en YouTube: [https://www.youtube.com/watch?v=ogLCSG\\_rTIQ](https://www.youtube.com/watch?v=ogLCSG_rTIQ) [Último acceso: 30 de abril de 2018]. El vídeo cuenta la experiencia de este niño neoyorquino de 11 años, conocido como el “Emotional advice kid”, que está poniendo en práctica el arte de “saber escuchar” y dar “asesoramiento”, en una metrópoli que está considerada como el emblema del estrés y de la individualidad, del *self made man*, del hombre que se hace por sí mismo, que viaja y se comunica virtualmente con una multitud de “amigos” y que necesita al mismo tiempo sentarse y mirar hacia la cara de quien le está hablando. La primera fotografía se encuentra la cuenta *Instagram* de Ciro Ortiz, consultable online en: <https://www.instagram.com/emotionaladvicekid/>; la segunda en: <https://www.instagram.com/p/BLosXLbjrvP/?tagged=emotionaladvice>

*alguien real*, lo utiliza para regalar alimentos a sus compañeros que no están en posibilidad de comprarlos.

Ciertamente ha cambiado mucho la imagen de la sociedad estadounidense y ya no se encuentran con facilidad, por lo menos en la Gran Manzana, niños que venden limonada en las calles y donde la velocidad forma parte del día a día.

Esta realidad cuenta también con muchas personas que en el ajetreo cotidiano no quieren o no tienen con quien compartir algunos de sus temores, dudas, preocupaciones, tristezas o incluso, alegrías.

“No saber luchar con los cambios” y “Vivir atados al pasado”, son dos de los problemas más frecuentes que ha escuchado este original consejero.

La historia de Ciro Ortiz parece confirmar la capacidad de los niños para resolver lo que a los ojos de los adultos pueden parecer problemas insuperables, o sea: *re-assignar* a las dificultades el tamaño adecuado y encontrar una solución tan simple como para no poder ser vista por los que están condicionados por los problemas más el estrés de todos los días.

Además, otro aspecto muy interesante de esa historia es la fuerza persuasiva que



posee el *logos* de este pequeño, que logra “sacar las respuestas que ya teníamos dentro” –como comentó una señora, tras una sesión de “terapia emocional”– y que se distingue por la sencillez en la búsqueda de las palabras adecuadas, a las que añade gestualidad y una mirada de las que penetran hasta dejarte sin defensas.

Lo que dice (*el discurso*) es también el instrumento que utiliza para realizar

la *adhesión* con su oyente, el asentimiento psicológico que está en la base del proceso persuasivo.

Ciro Ortiz, a través de su ingenuidad, expresa un *ethos* firme y que crea confianza, por la ternura y por la madurez que transmite; se sirve de esta imagen, para que las personas puedan confiar en él y ponerse así a la escucha de lo que quieren oír o de lo que llegan a oír y comprender, gracias a los *argumenta* y a las palabras de un

niño pequeño. “*La vida está llena de cambios; eso hay que aceptarlo para poder ser feliz, sin estar apegados al pasado*”: un consejo tan sencillo y tal vez obvio.

Sin embargo, el hecho de que lo haya pronunciado un niño lo enriquece de valor y significados.

Hay quien lo ha hecho a través de la palabra, quien ha pronunciado un discurso o quien lo ha escrito, pero también, hay quien ha llegado a convencer de la sostenibilidad de la causa por la que luchaban utilizando un lenguaje no verbal, lo hicieron y lo hacen a través de sus gestos, su genialidad instantánea, su creatividad ingenua y no planificada, que se distingue por su sintaxis desconectada, pero eficaz.

Entre todos los discursos pronunciados o escritos por los jóvenes he elegido el de Severn Suzuki, por haber sido el primer discurso global –pronunciado por un menor y difundido a través de los medios de comunicación de masas–, que fue hábilmente construido para subrayar el poder de las palabras y en el que la persuasión llegó más por la *performance* que por la sutileza de las palabras de Severn, que describen aquella ingenua sabiduría infantil, que sabe manipular, para llegar a convencer.

Los discursos y las intervenciones públicas de Adora Svitak están llenas de todos los aspectos para definir a todos *The digital natives*<sup>24</sup>, los nativos digitales, una generación de internautas, que han desarrollado su personalidad y su capacidad comunicativa, por medio de la tecnología informática.

Prefieren las imágenes a los textos, crean palabras y se expresan a través de un lenguaje que evoluciona en continuación y que pide ser comprendido por parte de los adultos.

La ingenuidad de Adora –en relación con el discurso analizado y pronunciado años antes– ha sido puesta al servicio de la tecnología, abriéndose al riesgo de transformar su ingenua habilidad persuasiva en instrumento para lograr objetivos que van más allá de la persuasión de los oyentes.

---

<sup>24</sup> *Digital natives* es un término acuñado por Marc Prensky –fundador de *The Digital Multiplier*, organización dedicada a eliminar o paliar la brecha digital que subyace hoy en la enseñanza y en el aprendizaje en todo el mundo–, para definir a todos los que han nacido y se han formado utilizando la lengua digital. Véase: PRENSKY, “Marc, Digital Natives Digital Immigrants”, *On The Horizon*, MCB University Press, Vol. 9, núm., 5, 2001. Online en: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky - Digital Natives, Digital Immigrants - Part1.pdf> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

Finalmente, la Premio Nobel Malala Yousafzai, una joven paquistaní crecida en un contexto social de privación y de terror, que ha hecho de su ingenuidad y de su sencillez el medio para conseguir la convicción del público y que, a pesar de ser una joven como muchas, que interactúa con otros jóvenes a través de su blog, que participa en conferencias y actos públicos ha llegado a ser conocida en cada rincón del planeta por su lucha en favor de la educación.

Una ingenuidad la suya que no cede al encanto del éxito y que se manifiesta en todos los aspectos involucrados en el acto comunicativo, en sus palabras y en su actuación ante la audiencia, que no se aleja jamás de su objetivo final, que sigue siendo el de convencer y persuadir de la importancia de su mensaje.

A través del análisis retórico de discursos y mensajes se intenta investigar sobre los aspectos que caracterizan y al mismo tiempo pueden llegar a afectar a la ingenuidad, como categoría del discurso persuasivo: la formación y el desarrollo de la personalidad, el entorno social y familiar, el desarrollo y el uso del lenguaje, la relación con la tecnología informática, la capacidad de interacción entre las personas que forman parte de la comunidad de los hablantes.

El marco teórico de referencia, para este trabajo de investigación, se hace principalmente del estudio y de la reflexión sobre la Retórica, de su evolución y de cómo el antiguo arte de la persuasión está enfocado y utilizado hoy en día, considerado que, la mayoría de las relaciones sociales y comunicativas de los seres humanos se realizan en un contexto que se ha desarrollado desde las oportunidades proporcionadas por los nuevos medios de comunicación y que ha dado forma a una *community* de usuarios que intercambian entre ellos pensamientos, informaciones y emociones digitalizadas.

Particular interés se muestra para el planteamiento de la *Rhetorica recepta*, de la Retórica de la comunicación y de la Retórica en sociedad del profesor Tomás Albaladejo, que considera:

polifonía y poliacroásis como realizaciones comunicativas y sociales del hablar y del interpretar en la discursividad retórica [...], en las que la pluralidad, la diversidad y la complejidad de la sociedad actual se manifiestan de un modo objetivo que comunicativamente es multidireccional<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> ALBALADEJO, Tomás, “Retórica de la comunicación y retórica en sociedad”, en: Beristáin, H., Ramírez Vidal, G. (eds.), *art. cit.*, 2009, p. 12.

El marco teórico-metodológico de este estudio integra el análisis histórico/comparativo con aquello retórico que, como teoría del discurso, se interesa tanto por los recursos formales del lenguaje, como por los tipos de efectos que estos pueden producir en la audiencia en determinadas situaciones o épocas tradicionales.

A partir de este marco, se estudiarán los efectos de la ingenuidad como medio para conseguir la persuasión, como herramienta para construir el discurso – el lenguaje, la forma de organizar y transmitir los pensamientos...–, y también como instrumento metalingüístico, para una posible aplicación en el campo de la Retórica de la comunicación y/o para la formación de personas que puedan aprender, a través del antiguo arte de la persuasión, a producir relaciones comunicativas más auténticas, a través de un lenguaje objetivo y sincero y, al mismo tiempo, a darse cuenta del posible engaño que puede estar detrás de todo lo que recibe.

Este trabajo de investigación, dividido en tres partes, está integrado por un total de siete capítulos y una conclusión.

A estos, hay que añadirles una serie de Anexos con la transcripción de los discursos analizados y la sección bibliográfica y sitográfica de referencia.

En el primer capítulo “La Retórica como ciencia del discurso”, se traza la historia de la Retórica, desde sus orígenes hasta la más reciente retórica comunicativa, y de la función, que este antiguo arte de la persuasión, que ha enseñado al hombre como utilizar la palabra, tuvo a lo largo del desarrollo de la sociedad.

La evolución de la Retórica coincide con la evolución del pensamiento libre del hombre moderno, que ha aprendido también a protegerse del embrujo de la palabra, por haber conocido, gracias a la retórica, las técnicas que se pueden utilizar, para hacer más persuasivo un discurso, para que sean aceptadas causas en apariencia inaceptables, para captar la *benevolentia* de una audiencia o hacer más atractiva una página web, un anuncio publicitario o el escaparate de una tienda.

La retórica se encuentra en todos los aspectos de la vida real y virtual es hoy más que nunca una ciencia del discurso y del diálogo, una herramienta hermenéutica a disposición de todos los que están involucrados en los procesos comunicativo.

En el segundo capítulo “De la pérdida de la ingenuidad a la ingenuidad perdida”, se abarca el tema de la ingenuidad, en su aspecto etimológico, semántico, histórico

y cultural. Después de una primera aclaración sobre la diferencia entre ingenuidad e inocencia, se intenta trazar la evolución de estas palabras a lo largo de los siglos y de las dificultades de aceptación, a las que tuvieron que enfrentarse, antes de ser reconocidas como rasgos característicos de una etapa del crecimiento humano y además como expresión de la autenticidad originaria del hombre.

De la pérdida de la ingenuidad, según lo que está decidido por la naturaleza, a la ingenuidad perdida: un proceso de *evolución/involución* de las costumbres sociales y del significado semántico de una palabra, que influyó en la propagación de su uso peyorativo y lo identificó con algo que no le pertenece.

La sociedad moderna, que ha desarrollado nuevas competencias y revelado los secretos de la ciencia y de la cultura, en un determinado momento, se ha dado cuenta de haberse quedado sin ingenuidad y alejado de los verdaderos valores.

En el capítulo tercero “La Retórica en el universo juvenil” se trata de la relación entre la Retórica y el mundo juvenil.

Tras un breve recorrido por la historia que llevó a cabo el reconocimiento cultural antes y jurídico/institucional después, del concepto de infancia y juventud, se profundizan los rasgos característicos de estas etapas del desarrollo evolutivo, como el lenguaje, la capacidad de argumentación, las “relaciones” reales y virtuales, las modalidades de recepción y/o producción de mensajes, según las categorías de la Retórica clásica, con particular atención al papel desempeñado por la ingenuidad en la fase receptiva y productiva de significados.

A partir del cuarto capítulo “La Retórica de la ingenuidad”, que abre camino a la segunda parte de esta investigación, se intenta confirmar la hipótesis inicial de esta investigación, a través del análisis de las características del lenguaje, la estructura argumentativa de los textos, las modalidades de transmisión y presentación de los mensajes escritos y orales, la relación con las tecnologías informáticas, en función de la retórica comunicativa.

De ahí, se intentará llevar a cabo una idea de ingenuo –en función del papel que la ingenuidad juega en la sociedad actual– como *emisor*, como sujeto activo que produce significados auténticos, por medio de su ingenuidad y no como mero receptor expuesto al riesgo de ser mal interpretado y considerado como alguien que no está conectado con la realidad, que puede ser fácilmente engañado y/o utilizado y todo esto, sólo por su manera distinta de relacionarse con la realidad y la sociedad de las personas reales o virtuales.



A lo largo del quinto capítulo “De la Retórica de la ganancia a la Retórica de la *evidentia*”, se explicarán las razones que diferencian las finalidades –a las que miran los que pretenden utilizar la ingenuidad, como categoría del discurso persuasivo–, entre los que aspiran a beneficiarse de la ingenuidad, para lograr una ganancia, como en el caso de la publicidad y los que reconocen a la ingenuidad el poder de hacer evidente la esencia de las cosas.

A través de una perspectiva, que va más allá de la gratificación instantánea y que se preocupa más de transmitir “autenticidad” en lo que comunica, el ingenuo intenta hacer de la comunicación un medio de participación en la construcción de los pilares sociales y culturales de las sociedades del nuevo milenio.

Lo hace por haberse dado cuenta de que la complejidad que hemos alcanzado nos aleja de la honestidad comunicativa, a través de la cual deberíamos construir los presupuestos para una comunicación auténtica entre todos.

En la tercera y última parte de esta tesis doctoral, a lo largo del sexto y del séptimo capítulo, se van analizando, desde el punto de vista de la Retórica, los discursos de tres jóvenes, para encontrar todos los aspectos que se relacionan y que definen los rasgos de aquella que llamo *retórica de la ingenuidad*.

A través de la conclusión, donde se dará una respuesta a las preguntas iniciales y se recogerán las conclusiones extraídas de todo el trabajo, se cierra esta investigación, dejando abiertas otras líneas investigadoras, que podrían quizás ser desarrolladas en un segundo momento.

## **PRIMERA PARTE**

El arte del orador es el arte de no dejar nunca que se note la artificialidad  
(Friedrich Nietzsche)

## **CAPÍTULO PRIMERO: La retórica como ciencia del discurso**

## 1.1 Naturaleza y función de la retórica

La Retórica, del griego *ῥητορικὴ τέχνη*, es el *arte de persuadir* por medio de la palabra y también el estudio de los procesos organizativos del discurso y de las normas que lo caracterizan, aunque en el sentido común ha sido considerada más como sinónimo de hinchado, artificial, enfático, declamatorio, falso.

Un conjunto, entonces, lleno de artificios, de adornos, pero sin sustancia, casi vacío o incluso engañoso.

*“La rhétorique est pour le sens commun synonyme d'enflé, artificiel, emphatique, de déclamatoire, de faux”<sup>26</sup>.*

En la Antigüedad, esta técnica tenía un papel importante, principalmente para las funciones que iba llevando a cabo: primero una *función social* que permitía, a quien dominaba el arte de la elocuencia, distinguirse de los demás, por ser capaz a veces de modificar e incluso alterar determinadas situaciones sociales y segundo una *función jurídica*, como instrumento para recuperar propiedades expoliadas o demostrar los derechos reivindicados.

Sin embargo, habrá que esperar hasta principios de los sesenta del siglo XX, para que este término recupere su dignidad y finalmente se le reconozca una función fundamental en el camaleónico mundo de la comunicación, como el arte de la palabra en acción, socialmente eficaz y que llega a persuadir a los demás a través del lenguaje.

La Retórica, que tiene entre sus obligaciones, el análisis de la palabra, así como de los gestos, de los discursos y de las normas que subyacen al proceso organizativo del discurso mismo, ha contribuido a dar forma a un modelo de hombre y de sociedad capaces de orientar y estimular los comportamientos de los demás.

Hoy en día, las Ciencias Humanas, así como la Retórica, que ha sobrepasado los límites del campo de las Letras y que se ocupa del cine, de la publicidad, de la imagen, como del sonido, han empezado a describir la palabra, que es:

...cuerpo y espíritu, música y pintura, poesía y pensamiento, como la plasmación más expresiva del proyecto del hombre, de la noción de sociedad

---

<sup>26</sup> REBOUL, Olivier, *Introduction à la rhétorique*, París, Ed. Presse Universitaire de France, 2013, p. 7.

y del concepto de mundo, y como el instrumento más eficaz de construcción y de destrucción de la supervivencia individual y de la convivencia social”.<sup>27</sup>

El malentendido que ha alimentado la involución hacia un sentido negativo de la Retórica y que ha llegado a considerar el arte de la persuasión como la expresión de lo inauténtico, y no como “*un aparato de interpretación de la conducta del ser humano, una especie de antropología de la relación primaria del hombre con los demás y con las cosas que lo rodean*”<sup>28</sup>, fue el resultado de “*la interpretación tradicional que presenta la Retórica como un tipo de «disciplina» y no como la primera hermenéutica sistemática del estar-juntos-cotidiano*”<sup>29</sup>.

La interpretación, entonces, de aquel conjunto de seres humanos que se relacionan entre ellos a través del lenguaje, para transmitir su visión del mundo y su relación con la sociedad en la que viven, así como su manera de pensar y de comunicar, aunque el contenido de sus pensamientos puede ser bastante diferente.

Hay veces en las que queremos transmitir informaciones objetivas, como en el caso de argumentos científicos, que están basados en cifras y en elementos que se pueden fácilmente encontrar observando la realidad y nuestro reto es convencer a otros de la verdad de nuestras afirmaciones y para poder conseguir este objetivo confiamos en el poder persuasivo de nuestras tesis.

Un teorema matemático es convincente cuando los datos encontrados son verdaderos y sobre todo controlables, así no es cuando los elementos que se transmiten no son tan objetivos y son el reflejo de nuestra propia opinión.

Esto pasa cuando el propósito del orador es persuadir a los oyentes para que actúen de una determinada manera, empujándolos a aceptar su ideología, su opinión y su forma de ver las cosas.

La finalidad de la Retórica es *persuadir y convencer* a un público específico a través de la palabra, creando un fenómeno emocional, un asentimiento psicológico entre quien habla y quien escucha.

El interés sobre el estudio de los fundamentos de la persuasión ha revelado aquellos elementos que, conectando entre sí diferentes proposiciones, llevan a una

---

<sup>27</sup> HERNÁNDEZ GUERRERO, José Antonio y GARCÍA TEJERA, María de Carmen, *El Arte de hablar. Manual de Retórica práctica y de oratoria moderna*, Barcelona, Ed. Ariel, 2004, p. 15.

<sup>28</sup> RAIMONDI, Ezio, *op. cit.*, 2002, p. 18.

<sup>29</sup> HEIDEGGER, Martin, *Essere e tempo*, trad. ital. Chiodi, Pietro, Milano, Longanesi, 1976, p. 177.

conclusión compartida, para que el receptor llegue a hacer algo y actuar de una determinada manera; otra cosa es la convicción, que pone el receptor en la condición no sólo de actuar sino también de pensar de forma diferente.

No hay que olvidarse de que, *ἡ ῥητορικὴ τέχνη* nació y se consolidó en una sociedad construida sobre los cánones de la tradición oral y de imágenes mitológicas y esto les hizo comprender a los griegos que la empatía, así como la interacción entre el hablante y el oyente, a través de la palabra, podría convertirse en el estímulo para el inicio del proceso de aprendizaje y de conocimiento:

la Retórica se enraíza en un pueblo que todavía vive entre imágenes míticas y que no conoce aún la necesidad absoluta de la fe histórica; ellos prefieren más bien ser persuadidos que instruidos<sup>30</sup>.

En la antigua sociedad helena, el educador llenaba sus clases de referencias a mitos y creencias compartidas –que se articulan dentro del mismo contenido de lo verosímil aplicable a la práctica oratoria–, y las utilizaban para una educación que no tenía ningún propósito científico, por el hecho de que su tarea era la de persuadir, de inspirar una opinión, una *doxa*, para involucrar a los oyentes y estimularlos en la búsqueda de la verdad. “[...] *El mito tiene como contenido lo verosímil; su objetivo no es, por consiguiente, enseñar, sino suscitar en los oyentes una δοξα [opinión] por lo tanto πείθειν [persuadir]*”<sup>31</sup>.

A partir del siglo XIII, la cultura de la oralidad se ve sustituida por la de la escritura que, a pesar de haber abierto puertas a nuevas formas de comunicación y reducido las distancias territoriales, facilitando el intercambio de informaciones y de conocimientos, incluso más allá del ámbito nacional, se vio obligada a renunciar a la cercanía verbal y visual, hito de la cultura de la oralidad, entre hablante y oyente. Finalmente, la llegada de la civilización de los medios de comunicación masiva ha permitido la recuperación de aquellos aspectos de la cultura de la oralidad de la Antigüedad, sustituyendo la proximidad con una forma de inmediatez comunicativa capaz de establecer una comunicación verbal y visual al mismo tiempo, aunque a una distancia considerable.

---

<sup>30</sup> NIETZSCHE, Friedrich, *op. cit.*, 2000, p. 81

<sup>31</sup> *Ibidem*, p. 84.

Dentro de este proceso evolutivo de la antigua *τέχνη*, la Retórica ha sido objeto de reajustes continuos y ha llegado hasta a renacer de sus propias cenizas como el ave fénix, por el hecho de que:

Aunque haya parecido naufragar durante casi un siglo, aunque durante ese tiempo haya desaparecido totalmente de los estudios medios y en su casi totalidad de los universitarios, en realidad la retórica ha permanecido presente: latente, pero presente: imprescindible, aunque ignorada. Porque continuaba formando parte inevitablemente de los elementos básicos de la cultura: ocupando su lugar de siempre (el de discurso persuasivo), aunque no la reconociéramos<sup>32</sup>.

El término griego *lógos* se utilizaba también para definir términos como razón, pensamiento, en virtud de la confianza absoluta que la civilización griega puso en la palabra, como manifestación del pensamiento racional.

En sus comienzos, el *focus* de la retórica fue el logro de la competencia en la técnica oratoria y, por supuesto, su fortalecimiento; todo esto refiriéndose a la preceptiva, que iba definiendo una serie de normas a seguir con el fin de lograr el mejor resultado posible y de allí se desarrollaron las demás formas de expresión, tanto a nivel oral como escrito, para persuadir o disuadir a una asamblea que tenía poder de decisión, así como para celebrar o demostrar algo a alguien.

El discurso público, pronunciado en voz alta, junto a sus leyes y a su estructura retórica ha representado, sin duda, el molde sobre el que se ha plasmado la prosa de la Antigüedad que, por lo menos al principio, mantuvo muchos de los rasgos de la comunicación oral.

La *techné rethoriché* se distinguía por ser un método muy preciso, en cuanto a la disposición de los temas, el curso de las argumentaciones, la refutación de las tesis contrarias y la conquista de la simpatía de los oyentes, que se conseguía también con el uso serio y sistemático del lenguaje.

Este último por su alta función retórica y política, ya que por el poder de la palabra puede persuadir y convencer, siempre que fuera correcto, adornado y agradable, capaz de apelar al gusto del receptor y a su pasión por las cosas bellas.

---

<sup>32</sup> PUJANTE, David, *Manual de retórica*, Madrid, Ed. Castalia, 2003, p. 13.

El hombre griego estaba convencido de que dominando el lenguaje habría podido ganar supremacía sobre los demás y que su habilidad de expresión de una forma lógica, coherente y persuasiva le habría permitido, de hecho, obtener el consentimiento de los otros y hacer que éstos se sometieran a sus decisiones.

Según Roland Barthes, de la Retórica se puede afirmar que es una *técnica* y como tal, es una disciplina que estudia el método de composición de los discursos y la organización del lenguaje; es una *ciencia* y por eso se ocupa de analizar los efectos del lenguaje y los discursos en sus diferentes aspectos, que van de aquellos constructivos hacia aquellos comunicativos; es también una *moral*, dado que, disfrutando de su capacidad de evidenciar y comprender las ambigüedades del lenguaje, puede llegar a ser un arma muy potente de persuasión; es además una *práctica social*, ya que, sobre todo en la Antigüedad, permitía distinguir los patrones (los que tienen la propiedad de la palabra) de los súbditos (los que no pueden hablar y que sucumben al poder fascinador de la palabra) e incluso una *práctica lúdica*, que permitía jugar con el sentido de las palabras<sup>33</sup>.

La Retórica ha sufrido el destino típico de todos los productos y las técnicas relacionadas con la subjetividad y se ha visto asociada a significados negativos: como herramienta para ornar los discursos, como estéril sucesión de normas muy rígidas relacionadas de modo principal con la *elocutio* o la *dispositio*, como un obstáculo para el estímulo de la imaginación y la fantasía inventiva, reduciéndose a un árido conjunto de preceptos que no facilitaban la libertad creativa.

Sin embargo, la Retórica ha formulado también toda una serie de complementos teóricos que han podido ser aplicados al estudio de otros tipos de textos, estableciendo una relación más significativa con otras ramas de la comunicación.

Así que, si la consideramos como herramienta metalingüística y no sólo como una pauta para la elaboración de textos, la Retórica representa un poderoso instrumento hermenéutico de los textos literarios y de los que se han escrito con diferentes finalidades persuasivas, como los discursos políticos, los anuncios publicitarios, etc...

El discurso es el producto de la actividad retórica y representa la síntesis entre su elaboración y su función.

---

<sup>33</sup> BARTHES, Roland, *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1993, 2ª ed., pp. 86-87.



Pero ¿cuál es la relación entre el arte de decir, como la Retórica, que nació con la intención de enseñar las técnicas de persuasión y los textos literarios que, al menos en apariencia, no deben persuadir a nadie?

De hecho, con respecto a los textos literarios, si bien en la mente del escritor no exista la intención de propagar una ideología, cuentan con efectos persuasivos, aunque sólo sea con el fin de inducir al lector a leer para encontrar satisfacción.

El escritor realiza su trabajo, con el propósito de transmitir un mensaje a sus lectores –que es la expresión de lo más íntimo de su personalidad– y para hacer esto utiliza unas herramientas lingüísticas.

Algunas veces llena sus cuentos, sus novelas de metáforas, similitudes u otros adornos retóricos; otras, se sirve de un estilo seco, carente de complacencia y artificios lingüísticos, todavía capaz de orientar el lector entre lo narrado y que le permite comprender este mensaje de manera detallada.

Sin embargo, a pesar de los diferentes intentos de sistematización de los varios elementos y de las diferentes conclusiones a las que llegaron los teóricos para unificarlos en una taxonomía general, hay que reconocer a la Retórica el mérito de haber proporcionado herramientas para la construcción de mensajes persuasivos por medio del texto lingüístico.

Cada discurso, en su aspecto funcional, sea oral o escrito, se plantea según un conjunto de mecanismos, cuya estructura sigue siendo esencialmente la misma de texto a texto, de un idioma a otro, de un periodo histórico a otro: es un sistema que reduce una elección referencial a una elección formal... En cualquier forma de comportamiento que implica el lenguaje humano, el problema principal no es sólo el de indicar referentes en el mundo de lo real, de distinguir lo verdadero de lo que es falso, lo bueno de lo malo y lo hermoso de lo feo, [...] sino el de encontrar aquellos mecanismos que hay que utilizar, que son representaciones simplificadas de la realidad [...], y que dan una connotación positiva o negativa a la imagen de la entidad que describen en el acto de describirla<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> VALESIO, Paolo, *Ascoltare il silenzio: la retorica come teoria*, Bologna, Mulino, 1986, p. 43-44.

Si aceptamos también la idea de que la Retórica se ocupa de las estructuras lingüísticas del lenguaje humano –que se utilizan con una función específica y que se convierten en medios disponibles para la persuasión– y de que es también la expresión de la lengua en el acto en el que se realiza como discurso, donde se realiza una conexión y una cohesión entre el aspecto sintáctico y la semántica, entonces podemos afirmar que:

La Retórica es coextensiva con el discurso del hombre, es la membrana intrínseca del discurso y no una remodelación superficial y accesorio de la misma, por el hecho de coincidir con toda la estructura del discurso humano en su aspecto funcional. Sin embargo, así como no se puede vivir sin respirar, no se puede hablar sin hacer retórica<sup>35</sup>.

La Retórica moderna intenta penetrar en el corazón del lenguaje persuasivo, capaz de impactar en los receptores.

Los modernos estudios de psicología y neurobiología han puesto de manifiesto que los tratadistas clásicos no andaban desencaminados al proponer la presencia en el discurso de un componente emocional y de otro racional.[...] La moderna neurociencia ha puesto en evidencia que las áreas cerebrales encargadas del raciocinio están estrechamente ligadas a las áreas en las que residen las emociones por medio de conexiones neuronales. En efecto, las regiones cerebrales prefrontales del cerebro, donde se sitúa el pensamiento, están conectadas por haces neuronales con las regiones del circuito límbico, una zona del interior del cerebro responsable de las emociones. Y estas juegan un papel esencial en la toma de decisiones<sup>36</sup>.

Los estudios, llevados a cabo a lo largo de los años, coinciden en que las emociones son universales, representan la evolución del hombre y se expresan o se comprenden de la misma manera, en todos los lugares del mundo.

---

<sup>35</sup> *Ibidem*, pp. 73-97.

<sup>36</sup> MARTÍN JIMÉNEZ, Alfonso, “La retórica clásica y la neurociencia actual: las emociones y la persuasión”, *Rétor, Asociación Argentina de Retórica*, 2014, Vol. 4, núm.1, p. 65. Online en: <http://www.revistaretor.org/vol4num1.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

*“El disparo de una emoción es automático, está presente en todos los individuos, aunque sean de culturas diferentes, es de corta duración y su desarrollo es fijo”<sup>37</sup>.*

La Retórica, como metalenguaje y como ciencia del discurso, a través de la producción y la interpretación de textos puede dejar huellas en los conocimientos, modificar acciones y persuadir a su audiencia utilizando argumentos lógicos, psicológicos y también estéticos.

Si, al principio, la Retórica era un instrumento para enseñar como persuadir/convencer a esa audiencia, que no tuvo acceso a las complejas argumentaciones de la demostración científica, a partir del siglo XX, en la sociedad de masas, donde aquella audiencia había sufrido un cambio radical –por número y características de sus participantes–, la Retórica se muestra imprescindible para proteger de los peligros y de los engaños que se esconden detrás de los productos de esa cultura que llamamos de masas, donde reina lo probable, el verosímil aristotélico, o mejor dicho, “lo que el público cree posible”.

---

<sup>37</sup> JEANNEROD, Marc, *Le cerveau intime*, París, Odili Jacob, 2002, pp. 107-108.

## 1.2 Desde el Córax a la Nueva Retórica.

“La mejor introducción a la Retórica es su historia”<sup>38</sup> y, a pesar de ser un invento griego, así como la geometría, la tragedia y la filosofía, podemos afirmar que esta técnica es anterior a su misma historia, por lo menos, así como la conocemos, por el hecho de que es impensable que los hombres, a lo largo de los siglos y en cada lugar del mundo, no hayan utilizado el lenguaje para persuadir.

En primer lugar, los griegos inventaron la *técnica retórica*, como una enseñanza aparte, como algo necesario para defender cualquier causa y cualquier tesis, sin pensar mucho en los contenidos; a continuación, se transformó en algo más cercano a una *teoría* que ya no se enseña como un *savoir faire* útil, sino como una *reflexión visant à comprendre*, una herramienta que nos permite entender cómo llegar a alcanzar la persuasión e incluso la convicción de los oyentes<sup>39</sup>.

Los griegos, entre el V y el IV siglo a. C. desarrollaron una técnica que permaneció así por dos milenios y medio, aunque no nació propiamente en Atenas, sino en la Sicilia “griega” y se desarrolló por razones jurídicas y no literarias.

Los ciudadanos, que habían sido privados de sus riquezas durante la tiranía que se había impuesto en la isla, al no quedar escrituras ni registros oficiales, utilizaban la palabra para probar sus peticiones y argumentar frente a los tribunales o ante un juez.

Para sus reivindicaciones, como no todo el mundo estaba listo para hablar en público y persuadir, se acostumbraron a referirse a una serie de preceptos, de técnicas para hablar frente a una audiencia, acompañadas de ejemplos, que habían sido recogidas y sistematizadas en un manual con el fin de llegar a la persuasión y finalmente para lograr la causa, por un tal Córax y su discípulo Tisias, que lo llevó, en un segundo momento, a Atenas.

Esta ciudad-estado, desde entonces, se distinguía de otras civilizaciones por las condiciones y el estilo de vida permitidos: el sistema político y judicial, que se había desarrollado y perfeccionado, dejaba a los ciudadanos la facultad de confrontarse con su comunidad y esto necesitaba la capacidad de hablar con eficacia para defenderse, para sostener causas y participar activamente en la vida pública de la sociedad del *διάλογος*.

---

<sup>38</sup> REBOUL, Olivier, *op. cit.*, 2013, p. 27.

<sup>39</sup> *Ibidem*, pp. 8-9.

Según algunas teorías, los primeros “textos retóricos” eran una colección de discursos que se utilizaban como modelos para debatir y/o hablar en público y que se podían aprender a través de la lectura, la imitación y el estudio mnemónico.

Fundamento del *Córax* es decir que cualquier cosa es *inverosímil* porque es demasiado *verosímil*, es lo que llaman *eikós*, o sea todo lo que no se puede definir como verdadero o falso *tout court*.

Por ejemplo, parafraseando un pasaje de la *Retórica* de Aristóteles, si el acusado es débil, él dirá que no es verosímil que fuese él el agresor; si es fuerte, pero, si tiene todas las apariencias en contra de él, declarará que es verosímil que lo hayan creído culpable, pero no es probable que lo sea<sup>40</sup>.

Hasta el siglo VI a.C., el mundo conoció una retórica más cercana a la oralidad y que favoreció la oralidad para transmitir y memorizar los textos; la transición a la prosa empezará a ser evidente en los escritos de Gorgias de Leontino, uno de los fundadores del *elogio público*, el discurso epidíctico.

La prosa de Gorgias no se limitó a transcribir el lenguaje oral habitual, llegó más allá planteando una prosa elocuente, basada en la oración capaz de mantener, a través del uso de figuras de dicción y figuras de pensamiento, las expectativas del público hasta que se centrara el objetivo y haciéndolo así abre la prosa a la retórica y la retórica a la estilística.

La Retórica se enriquece en sus aspectos formales y técnicos y la oratoria se caracteriza por las finalidades a las que se dirige. Empiezan a surgir los *géneros* de los discursos retóricos: el judicial, el de los tribunales, el deliberativo, el de los políticos y el demostrativo, el de las grandes ocasiones, así como la división del mismo en partes: *proemium*, *narratio*, *argumentatio* y *peroratio*.

Aprovechando la imposibilidad de conocer lo verdadero y el hecho de que era posible demostrar todo y lo contrario de todo, en perfecta línea con el pensamiento sofista, estos profesionales de la palabra pusieron su arte en defensa de lo probable y no de lo justo ni de lo útil y la capacidad de convencer del orador por encima de la verdad.

A pesar de todo, hay que reconocer a los sofistas el mérito de haber incluido la elaboración del discurso entre los objetos de la reflexión teórica, por su capacidad de proporcionar conocimientos válidos, para su aplicación pragmática.

---

<sup>40</sup> ARISTÓTELES, *Retórica*, trad. y notas Ramírez Trejo, Arturo, México, UNAM, 2002, II, 1402a, vv. 16-24.

Estaban bastante convencidos de que, sin retórica, sin una oratoria persuasiva no habría política exitosa y por esta razón prometían la consecución del éxito como resultado de sus enseñanzas, lo que les habría permitido lucirse en público, a través del uso de la palabra y de manejar argumentos como el de reflexionar sobre situaciones y circunstancias relacionadas con la conducta humana.

Las cosas van a cambiar con Platón y sus discípulos de la Academia que, en contra de las teorías sofistas, intentaron rehabilitar su uso y prefirieron reconocer a la Retórica el mérito de guiar el alma, a través de argumentaciones y razonamientos, a lograr el bien y la *ἀλήθεια*, o sea la verdad, situándola en el contexto de la filosofía y limitando *de facto* su autonomía<sup>41</sup>.

Platón trata de la Retórica en dos diálogos: el *Gorgia* y el *Fedro*, donde distingue entre la retórica de los sofistas, los que tenían como objeto de estudio la ilusión y lo probable y la retórica filosófica, que él identifica con la Dialéctica, que por medio del diálogo y de la palabra forma las mentes y conduce a la verdad.

Aristóteles intenta corregir los excesos de los sofistas y la incertidumbre platónica entre lo que permite llegar a la verdad y lo que conduce sólo a un aspecto de la misma, entre una retórica buena y una mala; prefiere asimismo dejar la definición de Retórica como mera arte de lo verosímil, optando por la de una teoría general del comportamiento social del hombre, desarrollado a través del lenguaje, centrándose más en comprender como esta disciplina permite descubrir los medios de persuasión que aún son independientes de la argumentación.

En su *Retórica*, Aristóteles demuestra cómo entre Retórica y Dialéctica no había mucha distancia, por el hecho de que:

La retórica es antístrofa a la dialéctica. Ambas, en efecto, versan cerca de cosas tales, que, comunes en cierto modo, de todas es competencia conocerlas y no de alguna ciencia determinada. Por esto también todos en cierto modo

---

<sup>41</sup> “En la antigüedad clásica se admitía la existencia de un razonamiento de tipo *apodíctico*, en el cual las conclusiones se extraían por silogismos, a partir de premisas indiscutibles, fundados sobre *primeros principios*: este tipo de razonamiento no admitía discusión y se imponía por la propia autoridad de sus argumentos. Seguía el razonamiento *dialéctico*, que argumentaba sobre premisas probables, en las que eran lícitas y posibles al menos dos soluciones: el razonamiento tendía a decidir cuál de las dos era la más aceptable. En último término venía el razonamiento *retórico*, que, al igual que el *dialéctico*, partía de premisas probables y llegaba a conclusiones no apodícticas, basándose en el silogismo retórico (entimema); pero la retórica no pretendía únicamente obtener un asentimiento racional, sino también un asentimiento emotivo; por tal razón, se presentaba como una técnica para subyugar al oyente”. [ECO, Umberto, *La estructura ausente*, trad. cast. Serra Cantarell, Francisco, Barcelona, Lumen, 1974, p. 150].

participan de ambas; pues todos, hasta cierto punto, tienen entre manos tanto averiguar cómo sostener una razón, tanto defenderse como acusar [...]. La retórica no es de absolutamente de ningún género determinado, sino, así como la dialéctica, y que es útil; y que obra de ella no es el persuadir, sino el hacer ver las cosas persuasivas que existen respecto a cada particular, así como también en todas las demás artes..., es el hacer ver tanto lo persuasivo como lo que parece persuasivo, como también en la dialéctica, tanto el silogismo como el aparente silogismo<sup>42</sup>.

El Estagirita llegó a su nueva teoría, a través de la reflexión crítica de la tradición previa, de las doctrinas de los autores anteriores y de las cuestiones dejadas abiertas; la suya fue más:

una teoría de la argumentación retórica al amparo de la verdad, en lo verosímil de los tópicos, del carácter y del lenguaje mismo, para las grandes decisiones, especialmente de la asamblea y de los tribunales en la vida pública, y también del individuo en la vida privada”<sup>43</sup>.

Aristóteles esbozó los elementos fundamentales de su teoría sobre los géneros retóricos, que se distinguen según la naturaleza del destinatario, a partir del receptor oyente, por el hecho de que el fin del discurso se dirige a él.

Cada tipo de discurso tendrá un objetivo diferente: el discurso deliberativo, de hecho, debe decidir sobre lo que es útil o perjudicial para la comunidad, el judicial lo que es correcto o incorrecto, el epidíctico lo que es bello o feo.

Parafraseando un pasaje del libro I, si el receptor es juez - o alguien con capacidad de decisión - puede juzgar o decidir sobre el pasado o el futuro. Si es sobre decisiones que se habrán de tomar sobre algo ocurrido en el pasado, hablamos de discursos de género forense o judicial. Si hablamos de decisiones que habrán de tomarse para el futuro, los discursos serán de género deliberativo. Si el receptor es espectador - es decir, no tiene capacidad de decisión - los discursos serán de género demostrativo o epidíctico<sup>44</sup>.

---

<sup>42</sup> ARISTÓTELES, *Retórica*, ed. cit., II, 1354a -1355b.

<sup>43</sup> RAMÍREZ TREJO, Arturo, “Introducción” a la edición española, en: Aristóteles, *Retórica*, ed. cit., p. XXI.

<sup>44</sup> ARISTÓTELES, *Ibíd.*, I, 1358b.

Aristóteles, que tenía una idea bastante sencilla de la estructura de la comunicación (emisor-mensaje-receptor), llega a considerar el discurso, la *oratio*, coincidente con el mensaje y en el libro III de su obra trata específicamente de la *elocutio*, de las figuras que se utilizan para hacer más persuasivo el mensaje y de la *dispositio*, o sea del orden de las partes del discurso.

En el libro I de la Retórica se ocupa del emisor/orador y explica sobre todo el tema de la elaboración de las argumentaciones y de la adaptación del orador a su público, a través de los géneros reconocidos del discurso, mientras dedica al receptor oyente el libro II, donde se analizan el *pathos*, las emociones y como son recibidas por la audiencia las pasiones y el asentimiento emotivo que se genera entre quien habla y quien escucha, entre el *ethos* del emisor y el *pathos* del receptor.

La Retórica de Aristóteles es una retórica que se basa en las pruebas, las declaraciones, en argumentos sostenidos a través de un razonamiento que se adapta al nivel del público, o mejor, *a lo que el público cree posible*<sup>45</sup>.

Sin embargo, la Retórica de Aristóteles contribuye a la

creación de un marco teórico que progresivamente iba siendo aceptado y que servía como espacio global de referencia metateórica y fue, sin duda, un logro absolutamente imprescindible para la formación del sistema retórico”<sup>46</sup>.

Tras la destrucción de la ciudad de Corinto y la anexión de la Macedonia entre las provincias romanas, a partir del año 146 a.C. se va incrementando el flujo de intelectuales que abandonan la tierra helena y se trasladan a Roma, que se había convertido en el nuevo *enclave* cultural del Mediterráneo.

De la época romana, el más antiguo tratado de retórica escrito en latín es la *Rhetorica ad Herennium*, de donde surge una primera teoría de los estilos del discurso: el simple, el medio y el sublime. Cicerón y Quintiliano, dos de los más significativos representantes de la retórica en la época romana, atribuyeron una gran importancia a los aspectos racionales y emocionales del discurso.

---

<sup>45</sup> BARTHES, Roland, *op. cit.*, 1993, p. 95.

<sup>46</sup> ALBALADEJO, Tomás, *Retórica*, Madrid, Síntesis, 1991, p. 25.



Cicerón, por su parte, intentó dar un valor más práctico a las enseñanzas “intelectuales” de Aristóteles y nacionalizó la retórica haciendo aparecer así la “romanidad” en sus obras, alejándose del estilo sencillo y seco del modelo ático. A través del *Brutus* revela su verdadera intención, que es la de romper con el canon tradicional que ponía en contraste los géneros de estilo asianista con los de estilo ático: su práctica oratoria refleja esta ruptura y justifica el empleo de una alternancia de diferentes registros, según las diferentes necesidades y las distintas situaciones de la vida.

En el *De oratore*, Cicerón define los elementos del discurso y propone una figura de orador, que es el hombre completo, el intelectual por antonomasia, el que siente la pasión que debe comunicar, otorgando un significado destacable a la capacidad de identificación emocional con el público.

Establece, además, que los discursos tienen que *docere, movere y delectare*, así que la finalidad de enseñar se entrelaza con la parte racional del discurso, la de conmover tendrá que ver con la emocional y a la de deleitar se le asocia a la capacidad de uso de los procedimientos estilísticos y de las figuras retóricas en la fase de *elocutio*<sup>47</sup>.

Será gracias a la capacidad sistematizadora y a la brillantez del pensamiento de Quintiliano que las operaciones retóricas, los géneros de discurso, las partes de éste, la finalidad del orador, etc., quedaran perfectamente establecidos<sup>48</sup>.

Quintiliano efectivamente defendió la retórica, como técnica virtuosa y criticó ampliamente la retórica excesivamente formalista; llegó a plantear una educación retórica-profesional, que puede lograrse a través de una educación general sólida y bien determinada.

En la *Institutio oratoria*, obra que se desarrolla en doce libros, describe un detallado plan integral para la formación pedagógica del orador, desde el aprendizaje del lenguaje, de la lectura, hasta la capacidad de escribir, para llegar a ser aquel *vir bonus dicendi peritus*.

---

<sup>47</sup> MARTÍN JIMÉNEZ, Alfonso, *art. cit.*, 2014, p. 59.

<sup>48</sup> ALBALADEJO, Tomás, *Ibidem*, p. 28.

En Quintiliano se concreta la visión, propiciada ya por Cicerón, de una retórica como sistema de cultura general con finalidades pedagógicas, donde se da mucha más importancia a los recursos estilísticos respecto al tema del discurso.

Quintiliano consideraba la Retórica el *ars bene dicendi* y la Gramática *recte loquendi scientia* y la correcta elaboración gramatical de un discurso aseguraba la corrección lingüística de la estructura oracional del texto.

Para Quintiliano, además,

el orador ha de ser capaz de imaginarse a sí mismo en la situación del oyente, tratando de convencerle no sólo a través de argumentos racionales, sino excitando sus emociones<sup>49</sup>.

A pesar de seguir siendo un componente fundamental de la formación del hombre, la Retórica latina post Quintiliano se desarrolla y confirma todo lo que hasta aquí se había implantado y asimilado y la enseñanza de esta disciplina sigue estando presente en la Edad Media como arte que se ocupa de la palabra y, junto a la Dialéctica y la Gramática, forma parte del *Trivium*, entre las siete artes liberales. En el Renacimiento, el pensamiento retórico:

supone una recepción y una asimilación de los planteamientos e instrumentos teóricos precedentes del mundo clásico, con una actitud humanista de descubrimiento e interpretación<sup>50</sup>,

y se empieza a utilizar para la explicación poética.

Gracias a la primera traducción al latín, hecha sobre el original, de la *Poética* de Aristóteles, publicada, aunque sin el segundo libro, en Venecia en 1498, por Giorgio Valla<sup>51</sup>, la preceptiva delineada por el Estagirita se difunde en toda Europa

---

<sup>49</sup> MARTÍN JIMÉNEZ, Alfonso, *Ibidem*.

<sup>50</sup> ALBALADEJO, Tomás, *op. cit.*, 1991, p. 32.

<sup>51</sup> “La edición latina de Giorgio Valla despertó un animado interés alrededor de la *Poética* de Aristóteles y muy pronto se sucedieron diferentes traducciones que impulsaron tanto la propagación del texto como la discusión de los muchos temas tratados. Las traducciones al latín siguen proliferando a lo largo del siglo XVI, impulsadas por el deseo de muchos estudiosos de discutir y reflexionar sobre el contenido de los argumentos para compartir después sus conclusiones con otros eruditos y fue así, que empezaron a circular ediciones anotadas, que junto al texto y a su traducción, presentaban una explicación e interpretación del contenido de la obra. Las primeras fueron la de Francesco Robortello, (*Francisci Robortelli utinensis in librum Aristotelis de arte poetica explicationes*. Florencia, 1548), y la de Vincenzo Maggi y Bartolomeo Lombardi, (*Vincentii Madii Brixiani et Bartholomaei Lombardi Veronensis in*

y este breve escrito sirve como código de referencia para la creación literaria, o sea como un complejo de normas aplicables en el ejercicio de la escritura.

Además de representar el primer paso hacia una profunda difusión de las ideas aristotélicas de la poética y de la retórica, fueron el estímulo para la reflexión teórica y crítica.

La *Poética* de Aristóteles llegó a ser un punto de referencia imprescindible y capaz de desencadenar una dialéctica tan brillante como para hablar, ya después de 1536, de una nueva orientación teórica del pensamiento estético.

La Retórica, sin embargo, sigue siendo más una teoría de la *elocutio*, de la ornamentación verbal y llega incluso a ser reducida al estudio de una de sus partes. Como escribe Tomás Albaladejo:

ha sido el siglo XX el que ha visto renacer una conciencia retórica que no está alejada de la que llevó a los griegos a inventar la Retórica. La conciencia retórica del siglo XX, afianzada por la Lingüística, por la Filosofía, por la Ciencia Jurídica y por la Teoría de la Literatura, ha llevado al planteamiento de recuperación de la Retórica en todas sus partes [...]. Para la explicación del objeto de estudio que es el discurso, el teórico sabe que puede contar con el sistema retórico históricamente establecido”<sup>52</sup>.

El nacimiento de la lingüística moderna, el surgimiento del estructuralismo, la semiótica y el desarrollo de todas aquellas disciplinas que tienen como objeto de estudio el lenguaje, han hecho de la Retórica un nuevo punto de referencia, por tener una larga experiencia en la investigación sobre los efectos producidos por el lenguaje, por haberlos clasificado y definido, desde hace siglos.

En los Estados Unidos, además, entre los años 40 y 50, en la llamada Escuela de Yale<sup>53</sup>, el psicólogo Hovland, principal exponente de esta institución, y su

---

*Aristotelis librum De Poetica communes explanationes*, Venecia, 1550), que luego se publicó comentada y con paráfrasis de Pietro Vettori (*Petri Victorii Commentarii in primum librum Aristotelis de arte poetarum*) en los años que siguieron”. LO VERME, Stefano, “Le Annotazioni alla *Poetica* di Aristotele di Alessandro Piccolomini”, 2012, en: Baldassarri, G., Di Iasio, V., Pecci, P., Pietrobon, E., Tomasi, F., (a cura di), *La letteratura degli italiani. I letterati e la scena, Atti del XVI Congresso Nazionale Adi*, Sassari-Alghero, 19-22 settembre 2012, Roma, Adi editore, 2014, pp. 1-5].

<sup>52</sup> ALBALADEJO, Tomás, *op. cit.*, 1991, p. 38.

<sup>53</sup> La escuela de Yale fue creada, a mediados del siglo XX, por Charles Hovland quien, junto con sus colaboradores, estudió los elementos involucrados en el proceso de comunicación, los efectos y las

equipo llevaron a cabo numerosos experimentos sobre los mecanismos de la persuasión, reservando especial atención a los factores que contribuyen a construir la credibilidad de la fuente, los temas a elegir para crear un mensaje más convincente y la mejor manera de organizarlos en el texto<sup>54</sup>.

El contexto, donde la reflexión filosófica alrededor del pensamiento del hombre, expresado a través del lenguaje, va retomando su sitio, ha cambiado mucho y representa ahora las costumbres, los hábitos y la organización de una sociedad consumidora, que se ha desarrollado paralelamente a la evolución de los medios de comunicación, como la radio y la televisión.

Nacidos para difundir informaciones, los nuevos medios no tardaron mucho en transformarse en herramientas utilizadas para otras finalidades, especialmente para fines propagandísticos y/o publicitarios, para satisfacer la demanda de un público siempre más exigente. Así que, resulta comprensible el renovado interés hacia las estrategias del antiguo arte de la persuasión, capaz de convencer a un público siempre más numeroso.

Esta vez, los investigadores dejan de lado los aspectos estilísticos y estructurales – más adecuados a una comunicación principalmente escrita– y dirigen la mirada hacia otros lenguajes y aquellos aspectos que los acompañan, expresión de las nuevas formas de comunicación audio/oral y visivo/gestual, permitidas por los nuevos medios y que imponen retomar en consideración partes de la Retórica, como la de la *actio/pronuntiatio*, por ejemplo, que habían sido olvidadas.

La Retórica abandona, por fin, el circunscrito campo de la *elocutio* y se vuelca otra vez en el proyecto de retórica aristotélica, es decir, en el estudio de la persuasión.

La *Neorretórica* se convierte en el objeto de diferentes perspectivas de investigación, dejando a un lado todas las cuestiones de ornamentación, centrándose más en los elementos que facilitan la adhesión del público, por el hecho de que “*existe una retórica digna de filósofos y que, por tanto, cada retórica ha de valorarse según al auditorio al que se dirige*”<sup>55</sup>.

---

posibles incidencias en el proceso de comunicación –prestando especial atención a los que “entonces” eran los nuevos medios de comunicación–, sobre la conducta psicológica, ética, relacional y social del individuo.

<sup>54</sup> POLIDORO, Piero, “La retorica”, *Corso di Linguistica generale*, Teramo, Università di Teramo, 2005/2006, p. 4.

<sup>55</sup> GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús, “Perelman y la retórica filosófica. Prólogo a la edición española”, en: Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie, *Tratado de la Argumentación. La nueva retórica*, Madrid,

La primera perspectiva de estudio, impulsada por Chaïm Perelman y sus colaboradores, conocida también como la Nueva Retórica, selló la “*ruptura con la idea de razón y de razonamiento que tuvo su origen en Descartes y que ha marcado con su sello la filosofía occidental de los tres últimos siglos*”<sup>56</sup>.

Perelman desplaza su atención desde la razón y la demostración analítica de lo evidente y necesario a lo razonable e, incluyendo todas las ideas sostenidas por los hombres, pone el acento en lo opinable, en lo probable, en algo que puede despertar diferentes grados de aceptación por parte del auditorio.

La adhesión de los oyentes a una causa no está vinculada sólo y exclusivamente a la verdad o a la evidencia de la tesis que se quiere soportar. La razonabilidad, que no se refiere sólo a lo que es demostrable a ciencia cierta, llega a incluir en su campo de búsqueda todos los conocimientos simplemente probables, por los cuales –puesto que no hay certeza objetiva– la adhesión del público se consigue a través de la *argumentación*, en la que cada argumento está diseñado, teniendo en cuenta los medios más adecuados para llegar a persuadir a una audiencia específica.

La argumentación, la presentación de las pruebas, en el pensamiento de Perelman es considerada como un conjunto de “*técnicas discursivas que permiten provocar o aumentar la adhesión de las personas a las tesis presentadas para su consentimiento*”<sup>57</sup>.

En el *Tratado de la Argumentación*, escrito en 1958, con Lucie Olbrechts-Tyteca, Chaïm Perelman pone los fundamentos para la revalorización de la Retórica en el pensamiento contemporáneo, con particular atención a la reacción del público, que representa el núcleo central de la argumentación.

En la argumentación, lo importante no está en saber lo que el mismo orador considera verdadero o convincente, sino cual es la opinión de aquellos a quienes va dirigida. [...] Al auditorio, en efecto, le corresponde el papel más importante para determinar la calidad de la argumentación y el comportamiento de los oradores”<sup>58</sup>.

---

Gredos, 1989, pp. 7-26, p. 26.

<sup>56</sup> PERELMAN, Chaïm y OLBRECHTS-TYTECA, Lucie, *op. cit.*, 1989, p. 30.

<sup>57</sup> *Ibidem*, p. 34.

<sup>58</sup> *Ibidem*, pp. 61-62.

La Retórica, el arte de la persuasión, que enseñaba la manera de convencer incluso a aquel público que no llegaba a ser alcanzado por los complejos argumentos de la demostración científica, llega a ser una *Teoría de la Argumentación*, centrada en la búsqueda de los argumentos más convincentes, encontrados por medio del razonamiento.

Perelman, a través de sus estudios, llegó a rechazar la tesis de los que pretendían que el dominio de la razón tenía que limitarse a cualquier cosa que pudiera ser verificada y explicó como la Retórica cumple con las características reales de la mente humana, que procede formulando juicios, basados en presupuestos que no son ciertos, sino probables. Por esta razón, se estudian las argumentaciones que miran a la aceptación o a la refutación de la tesis que se está discutiendo, así como las condiciones de la presentación a una audiencia, porque el éxito de una argumentación depende de la capacidad del orador de elegir como presentarlas.

Perelman, aunque no llegó a vivir la experiencia de la revolución de la información que estaba a punto de explotar en los años sucesivos, a través del análisis de los efectos producidos por los nuevos medios como los periódicos, el cine y la radio llegó a ser consciente del hecho de que estos medios de comunicación habían asumido una influencia global y esto le llevó a formular una teoría, que tenía como referencia propia a aquel público tan heterogéneo, realizando así el sueño de Aristóteles de crear una forma de retórica universal.

Una segunda perspectiva de investigación es la que desarrollaron, tras los estudios sobre el lenguaje y las técnicas de la información de Jakobson, los seis profesores de la Universidad de Lieja, mejor conocidos como Grupo  $\mu$ , que estudiaron las distintas figuras del discurso, realizando una orgánica sistematización de todos los recursos retóricos elocutivos y narrativos, no sólo en relación a su uso en la Literatura y en la Poesía, sino también en la forma en que se utilizan en la vida cotidiana. La “función poética” de Jakobson<sup>59</sup>, para los profesores de Lieja equivale a la que ellos denominan “función retórica”, por cuanto:

---

<sup>59</sup> Román Jakobson, (Moscú 1896-Boston 1982), fue uno de los principales exponentes del formalismo y del estructuralismo y de los mejores lingüistas del siglo XX. Su nombre está asociado a sus estudios sobre la teoría de la comunicación lingüística. A través de su misma *teoría de la información* (1958), el lingüista dedujo las que llama: *las seis funciones del lenguaje*, cada una centrada en los distintos factores de la comunicación. Así que nos habla de: *función emotiva/expresiva*, centrada en el *emisor*, para expresar sus emociones y *conativa/persuasiva*, que se dirige al *receptor*, para influir en sus elecciones y/o para exhortarlo a hacer algo; una *función referencial/denotativa*, centrada en el *contexto*, para informar sobre

el poeta -que actúa como un rethor- orienta la atención del receptor hacia determinadas zonas del mensaje, mediante esos intencionados desvíos, que modifican los niveles del código lingüístico<sup>60</sup>.

En la *Rétorique generale* (1970), se establece un vínculo entre la lingüística, la semiótica, la poética y la retórica, entendida como conjunto de técnicas para la transformación creativa de la lengua, de manera que, empezando de un *grado 0*, que se refiere al *uso neutro* del lenguaje, se estudia como se puede alterar significante y/o significado, recurriendo al soporte de las figuras retóricas, provocando una desviación semántica.

Para el Grupo  $\mu$ , la Retórica se convierte en una ciencia del discurso en un sentido amplio y está convencido de que las figuras del discurso, alterando las estructuras del lenguaje, integran el código lingüístico, superando las limitaciones y las carencias.

La tercera tendencia distinguida en la Neorretórica es la de Retórica general textual, así propuesta por el profesor García Berrio, que recupera

la totalidad de las operaciones retóricas, especialmente la *inventio* y la *dispositio* como operaciones fundamentales junto a la *elocutio*, y reconstruye en su totalidad el fenómeno retórico, con un firme apoyo lingüístico y semiótico<sup>61</sup>,

definiendo el carácter de esta Retórica general textual, que no es sólo una interpretación de lo que el Prof. Albaladejo llama *Rhetorica recepta*<sup>62</sup>, aquel cuerpo teórico resultado de las aportaciones del sistema retórico históricamente definido.

---

este, o sea sobre la realidad extralingüística; una *metalingüística* dirigida al *código*, cuando reflexiona sobre sí mismo, una *función fática*, centrada en control del *canal*, para averiguar si “está abierto” y finalmente de una *función poética/estética*, centrada en el *mensaje*, para producir efectos especiales en el destinatario. Para una visión completa de la teoría del formalista ruso, véase: JAKOBSON, Román, “Linguística e poetica”, en: *Saggi di linguistica generale*, trad. ital. Heilmann, Luigi-Grassi, Letizia, Milano, Feltrinelli, 1966, pp. 181-218.

<sup>60</sup> GÓMEZ REDONDO, Fernando, *La Neorretórica*, en: *Liceus*, E-excellence, 2004, p. 10.

<sup>61</sup> ALBALADEJO, Tomás, *op. cit.*, 1991, pp. 39-40.

<sup>62</sup> *Rhetorica recepta*: “sistema teórico general, producto de las diferentes contribuciones elaboradas, asimiladas e incorporadas desde los orígenes de la retórica hasta la actualidad”. ALBALADEJO, Tomás, *Ibidem*, p. 19.

En realidad, es una estructura, el resultado de la ampliación del planteamiento teórico con las contribuciones producidas por los estudios actuales sobre el texto y de la extensión de aquel enfoque al texto literario, así que la Retórica, que:

forma parte de una ciencia general del texto de la que forma parte junto con la Lingüística textual y junto con una parte muy importante de la Teoría literaria formada por las contribuciones textuales de la Poética lingüística y de la Poética tradicional<sup>63</sup>,

resulta necesaria para la Teoría de la Literatura, así como para la Lingüística, para el estudio de la construcción del texto y de la comunicación. Escribe Tomás Albaladejo:

La Retórica general, por su condición integradora del estudio del texto literario y del texto no literario, se ha consolidado como rigurosa disciplina de análisis y explicación del texto y de su producción y recepción, en la que confluyen diferentes contribuciones dirigidas a la descripción y a la elucidación de los mecanismos del texto general y literario y de su comunicación<sup>64</sup>.

Sin embargo, más allá de todo, en la sociedad contemporánea, la Retórica ha vuelto a ocupar, de pleno derecho, el lugar que le pertenece y desde mera:

arte de la persuasión –casi como un engaño sutil– pasa a tener la consideración de técnica del razonar humano, controlado por la duda, y sometido a todos los condicionamientos históricos, psicológicos, biológicos de cada acto humano<sup>65</sup>.

La tecnología ha hecho aumentar la amplitud de receptores y al mismo tiempo las necesidades a las que atender: la *community* es un conjunto plural y heterogéneo, que crece en la medida en la que crecen las oportunidades proporcionadas por las nuevas tecnologías.

---

<sup>63</sup> *Ibidem*, p. 21.

<sup>64</sup> ALBALADEJO, Tomás, “Semántica y sintaxis del texto retórico: *inventio*, *dispositio* y *partes orationis*”, *Estudios de Lingüística*, 1988/89, núm. 5, p. 9.

<sup>65</sup> ECO, Umberto, *op. cit.*, 1974, p. 151.



El crecimiento de las opiniones, de los pensamientos y de las diferentes formas de entender la sociedad y las relaciones humanas —que se expresan a través la producción de discursos que representan la pluralidad y la diferente composición sociocultural del auditorio—, en una sociedad democrática asociada a la palabra, supone la puesta en acto de una “*dialéctica comunicativa polifónica*—que no olvidando el hecho de que el mismo mensaje se recibe/interpreta de manera distinta y genera tantas reacciones como los receptores que lo reciben—, *en la que la argumentación y, por tanto, la prueba y la refutación, sostengan una auténtica representación social mediante el discurso*”<sup>66</sup>.

De acuerdo con el profesor Tomás Albaladejo, frente a una audiencia *poliacroásica y polifónica*<sup>67</sup>,

La retórica puede y debe facilitar la producción discursiva de los distintos grupos y personas que componen la sociedad, que sólo será democrática si es realmente polifónica, si las voces correspondientes a posiciones ideológicas distintas pueden pronunciar sus discursos y si éstos pueden ser recibidos tanto en cada una de las comunidades concretas, como en la sociedad global creada por la expansión de la tecnología y los medios de comunicación, dentro del respeto pleno de la pluralidad. La retórica, en este empeño por la polifonía, ha de tener en consideración, en cuanto a la producción y difusión de los discursos, además de las diferencias ideológicas, también las diferencias entre distintos grupos sociales, las diferencias de género, las relacionadas con las migraciones, las diferencias culturales, económicas, etc., poniendo a disposición de todos los grupos de la sociedad la técnica de construcción y emisión de discursos y a la vez apoyando los discursos que abogan por el derecho de acceso a la difusión discursiva. De este modo, una reflexión actual sobre la posición de la retórica en la sociedad contemporánea, en el ámbito de la retórica en sociedad, no puede dejar de plantearse la relación entre el discurso retórico y los medios de difusión

---

<sup>66</sup> ALBALADEJO, Tomás, *art. cit.*, 2009, p. 8.

<sup>67</sup> Según Albaladejo: “El concepto de polifonía que Bajtín propuso para la novela es válido para la pluralidad de discursos que con voces distintas expresan ideas distintas. El funcionamiento pleno de la retórica en sociedad exige que haya una verdadera polifonía en el conjunto de los discursos, que es una polifonía interdiscursiva y corresponde a la configuración ideológica plural de la sociedad. La polifonía interdiscursiva es la forma en que la retórica en sociedad adopta la multiformidad social plurilingüe de Bajtín. La retórica funcionará plenamente como retórica en sociedad si, además de ocuparse de la producción de discursos ante los auditorios, también se constituye como instrumento comunicativo que contribuya a que la sociedad sea más justa” ..., *Ibídem*, pp. 8-9.

del mismo,, examinando los factores políticos, sociales y económicos en relación con las condiciones de acceso a la comunicación de los discursos por parte de quienes los construyen y pronuncian<sup>68</sup>.

Según este enfoque, se va estructurando la idea de una Retórica que considera la ingenuidad como una forma de expresar esa polifonía, pero también como una de las voces que componen la sociedad actual: una voz libre, objetiva, capaz de persuadir y convencer al igual que el mejor artificio retórico, manteniendo despierta la curiosidad y el entusiasmo, a través de los cuales ha conocido la realidad y comenzado a relacionarse con ella.

---

<sup>68</sup> ALBALADEJO, Tomás, *Ibidem*, p. 9.

### 1.3 La organización y la construcción del texto retórico

Si la consideramos como estructura intrínseca del discurso y no como una reformulación superficial, auxiliar e intelectualmente calculada del texto, la Retórica coincide con la estructura misma del discurso humano en su aspecto funcional<sup>69</sup>, en el sentido de que se ocupa de la organización textual y supervisa las relaciones que se establecen entre quien habla, quien escucha y el contexto donde tiene lugar la comunicación.

Puede resultar muy útil imaginar a la Retórica como una red o un árbol o más bien recurrir al ejemplo de Diderot de la “máquina para hacer medias”<sup>70</sup> y llegar así a considerar a la Retórica como un solo y único razonamiento donde la fabricación del producto, el texto, es la conclusión.

Roland Barthes lo utiliza para describir los engranajes y el tejido sobre el que se construye la estructura misma del discurso:

En la máquina de Diderot, lo que se mete al comienzo es el material textil; lo que se encuentra a la salida son medias. En la máquina retórica lo que se introduce al comienzo son los fragmentos brutos de razonamientos, hechos, un “tema”; lo que se encuentra al final es un discurso completo, estructurado, construido enteramente para la persuasión<sup>71</sup>.

Desde el principio, la Retórica ha tenido el objetivo de clasificar los varios elementos que forman parte del arte de la persuasión, organizándolos en un sistema. La primera y más importante obra en la que se cumple este proyecto es la *Retórica* de Aristóteles, que llegó a influir en los rétores en las épocas siguientes y que fue recibido, desarrollado, sin haber sido modificado en la sustancia, por Cicerón y Quintiliano.

---

<sup>69</sup> VALESIO, Paolo, *op. cit.*, 1986, pp. 73-97

<sup>70</sup> “Se la puede mirar con un solo y único razonamiento cuya conclusión sería la fabricación de la obra, puesto que entre sus partes reina una dependencia tan grande que suprimir una sola o alterar la forma de aquellas que se creen menos importantes sería dañar todo el mecanismo”. [Barthes, Roland, “Las Láminas de la Enciclopedia”, *El grado cero de la escritura. Seguido de Nuevos Ensayos críticos*, México, Siglo XXI Editores, 2006, p. 94].

<sup>71</sup> BARTHES, Roland, *La aventura semiológica*, trad. cast. Alcalde, Ramón, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, 1993, 2ª Ed., pp. 120-121.

En la *Rhetorica ad Herennium*, el más antiguo tratado de retórica en lengua latina, se amplían las doctrinas aristotélicas y se detallan los cinco pasos que hay que seguir en la preparación de un discurso y que coinciden con las *partes artis* de que se compone el sistema de la Retórica y que no son sólo piezas de una estructura sino actos que se entrelazan activamente y se relacionan transitivamente entre ellos de manera progresiva: la *inventio*, la *dispositio*, la *elocutio*, la *memoria* y la *actio* o *pronuntiatio*.

De las cinco operaciones retóricas consideradas, tres son constituyentes del discurso, porque se activan en una fase preparatoria, mientras las otras dos entran en juego una vez que el discurso ya está elaborado.

Según Tomás Albaladejo y Francisco Chico Rico, a las cinco operaciones conocidas, hay que añadir una sexta operación, la de la *intellectio*, aquella que “*hace posible la puesta en marcha del conjunto formado por la inventio, la dispositio, la elocutio, la memoria y la actio/pronuntiatio, entendido como globalidad sistemática*”<sup>72</sup>.

Esta operación retórica no constituyentes de discurso, como está bien explicado en las *Institutiones oratoriae* de Sulpicio Víctor y en el *De Rhetorica liber* de Aurelio Agustín<sup>73</sup>, permite examinar y plantear varias cuestiones que preceden a la construcción del discurso en sí; es decir, facilita el análisis del objeto del discurso, su consistencia, que puede ser general o concreta, permite el examen del género retórico al que pertenece la causa, el nivel de defendibilidad y al mismo tiempo orienta el discurso hacia contenidos relacionados con la ética o hacia la apelación al sentimiento.

A través de la *intellectio*, el orador puede verificar su competencia retórica, la condición y la actitud del receptor, que es el referente del discurso, así como el contexto en el que se desarrolla la comunicación.

Dicha operación retórica es la que establece las bases de una constitución de discurso que cumpla con las exigencias que la situación comunicativa impone al orador en su actividad comunicativo-textual; tal constitución de discurso es llevada a cabo por la actividad de *inventio*, por la actividad de *dispositio* y por

---

<sup>72</sup> ALBALADEJO, Tomás y CHICO RICO, Francisco, “La *intellectio* en la serie de las operaciones retóricas no constituyentes de discurso”, *Teoría/Crítica*, 1998, núm. 5, pp. 339-352, p. 341.

<sup>73</sup> *Ibidem*, p. 339.

la actividad de *elocutio*, actividades que son guiadas precisamente por la *intellectio*. De igual modo, la *intellectio* conduce a la operación de *memoria*, tanto en su vertiente de retención mental del discurso retórico resultante de la *inventio*, la *dispositio* y la *elocutio* como en su vertiente de recuerdo y reproducción de dicho discurso, y también la operación de *actio/pronuntiatio*, en tanto que comunicación efectiva del mismo<sup>74</sup>.

La primera operación retórica es la *inventio*, que coincide con lo que podríamos definir el descubrimiento de las distintas partes del discurso, el hallazgo de las ideas, la labor creativa y reflexiva del orador, el encuentro de las *res* que estarán relacionadas con el *ethos* del emisor (orador/escritor), las costumbres y los conocimientos adquiridos a lo largo de su desarrollo, tendrán relaciones también con el *pathos*, las pasiones del receptor (oyente/lector) e incluso con el *logos*, los razonamientos, las pruebas y las argumentaciones presentes en los textos para que la causa resulte convincente.

Aristóteles decía que lo que distingue el trabajo de un orador es encontrar los mejores medios para la persuasión –nada que ver con la invención de las cosas– explorar y luego seleccionar entre todos los argumentos, lo que se puede decir para apoyar una tesis, así como para apelar al juicio de la comunidad de los oyentes.

Durante la búsqueda, es cierto que la cantidad de razones encontradas superan las que sería posible y/o conveniente utilizar: el que busca algo debe conocer hacia dónde debe dirigir sus investigaciones y es así, que la Retórica, como arte, trata de eliminar la presencia del azar y lleva a la elaboración de un procedimiento que indica dónde buscar.

Existen “lugares” conocidos a los que la búsqueda debe mirar. La Retórica ha reunido y sistematizado estos lugares en los que ante todo se ha de buscar con probabilidad de encontrar.

Estos “lugares” o *topoi*, o *loci*, donde se expresa la relación establecida entre el *logos* y el *ethos*, consisten en fórmulas apropiadas de investigación y búsqueda que pueden llevar a descubrir las ideas que nos interesan y nos permiten soportar la *utilitas* de la causa, ya que, para persuadir y/o convencer a alguien, es fundamental recurrir a las creencias comunes y a los valores que también él reconoce como

---

<sup>74</sup> *Ibidem*, p. 343.

tales. Cada razonamiento se desarrolla a partir de una serie de premisas que, en la mayoría de los casos, en Retórica son lugares comunes, algo compartido y tan enraizado como para ser considerado una verdad universal.

A partir de la *inventio* se delinean dos líneas de acción: una lógica, que mira a la convicción o a la persuasión y una psicológica, que mira a la emoción.

El punto de fuerza de la *inventio* son las pruebas utilizadas para apoyar la tesis que se va a exponer y pueden ser *técnicas* o *entèchnoi*, que se encuentran dentro de la misma arte, centradas sobre la estructura de la realidad, como las de los hechos, los indicios, el *exemplum* y que fundamentan la argumentación e interactúan con la materia del discurso, llegando a constituir el contenido.

Pueden ser también *extratécnicas* o *atèchnoi*, es decir las que sacamos desde la realidad e insertamos en el orden del discurso, que llevan a pensar la estrategia argumentativa desde aquel que debe recibir el mensaje, empleando recursos morales o subjetivos.

Lo que compone la *inventio* son como fragmentos de lenguaje, de argumentos o pensamientos que deben ser insertados en otro espacio que es el discurso. Desde aquí empieza una primera puesta en palabras: todo el material y los temas que han surgido de la *inventio* y las pruebas tienen que encontrar una ubicación a lo largo del discurso de acuerdo con un orden.

El paso siguiente de este proceso de organización y construcción del discurso es la *dispositio* y las ideas, los argumentos habrán de encontrar una posición y ser sistematizados de manera que resulten convenientes para la persuasión.

De acuerdo con las palabras de Lausberg, se puede afirmar que “*la dispositio constituye el complemento necesario de la inventio, que sin aquélla sería un proceso inconexo*” y, al mismo tiempo, “*extiende su competencia a todas las partes del discurso*”<sup>75</sup>.

La *dispositio*, que según la definición de la *Retórica ad Herennium*, consiste en “*la ordenación y la distribución de las cosas, lo cual indica qué cosa ha de ser colocada y en qué lugar*”<sup>76</sup> se centra en la construcción de un discurso armónico y apropiado al tema, lo hace a través de la combinación ordenada de los materiales

---

<sup>75</sup> LAUSBERG, Heinrich, *Manual de Retórica literaria*, trad. cast. Pérez Riesco, J., Madrid, Gredos, 1980, 3 Vols., pág. 445.

<sup>76</sup> ALBALADEJO, Tomás, *op. cit.*, 1991, p. 74.

surgidos de la *inventio*, de los argumentos que componen una acción, un texto o un discurso.

que carece de orden y disposición ha de ser una confusión de ideas, carecerá de timón y de unión en sus partes, tendrá muchas repeticiones y omitirá muchas cosas y será semejante a uno que en tinieblas anda palpando las paredes. Y como ni tenga principio ni fin, el orador más hablará por acaso que con consejo y tino.<sup>77</sup>.

En la Antigüedad, la disposición fue organizada entorno al discurso oral y se componía de cuatro partes, las *partes orationis*, aunque, a lo largo de los siglos, este concepto retórico se ha extendido hacia una consideración más amplia y bien decía Richard Lanham cuando afirmaba que “*desde los griegos en adelante, las diferentes partes del discurso habían generado un corpus de teorías tan detallado y extenso para escapar de cualquier intento de síntesis*”<sup>78</sup>.

Con la invención de la imprenta y la difusión de los textos escritos se establecieron unas cuantas normas para ordenar el discurso: la introducción, el proemio, prólogo, epílogo, etc.; así que podemos decir que es la *dispositio*, de facto, la que decide lo que se puede o no decir y/o escribir, qué jerarquías hay que considerar.

Es el esqueleto del argumento y por tanto persuade ya desde su propia organización: la disposición ordena porque permite atribuir coherencia al discurso y tanto la ordenación sintáctica como la semántica tienen que dirigirse a la persuasión, estableciendo una estructura capaz de transmitir las ideas de la *inventio* de la manera más adecuada a los fines comunicativos.

A través de esta etapa se establece un vínculo entre la estructura de los mundos posibles y la unidad lingüística del texto.

La parte inicial del discurso es representada por el *exordium*, donde se presenta la causa ante el receptor con la intención de ganar la *captatio benevolentiae*, la aprobación de los oyentes, *delectando* y *moviendo* el ánimo del receptor.

---

<sup>77</sup> QUINTILIANO, *Institutio oratoria*, ed. y trad. Rodríguez, Ignacio y Sandier, Pedro, Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2004, VII, vv. 5-6. Online: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/instituciones-oratorias--0/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>78</sup> LANHAM, Richard A., “A Handlist of Rhetorical Terms”, University of California Press, 1991, en: Leith, Sam, *Fare con le parole*, trad. ital. Columbo Matteo, Milano, Adriano Salani Editore s.u.r.l., 2013, p. 89.

Hay dos tipos de exordio que dependen del grado de defendibilidad de la causa: si es alto se habla de *proemium*, en caso contrario, hay que llegar al auditorio a través de vías secundarias, se puede entrar en el ánimo recurriendo a la *insinuatio*, ejerciendo su influencia en el destinatario por medio de dispositivos psicológicos con el fin de acercarlo a la posición sostenida por el orador.

Como decía Quintiliano, de acuerdo con la expresión “*iudicem benevolum, docilem, attentum parare*”:

El acusador y el defensor, desde el principio de sus discursos, deben suscitar pasiones contrarias en el juez, relacionadas con el miedo o la compasión: el fiscal ha de tratar de indisponerlo contra el acusado, poniendo en entredicho su honradez, exagerando dentro de lo posible la horribilidad de su delito y suscitando su temor ante sus eventuales acciones futuras, y el defensor ha de intentar sosegar al juez y lograr su misericordia, presentando a su cliente como un hombre honrado injustamente atacado por la parte contraria y mostrando su sufrimiento por la indebida acusación o el horror que le espera por una injusta condena<sup>79</sup>.

La *narratio*, que se estructura por medio del *quién*, del *qué*, del *cuándo*, del *dónde*, y del *por qué*, de lo que vamos a decir, consiste en la presentación de los hechos de manera que resulten funcionales para la argumentación, según un *ordo naturalis*, es decir, siguiendo un orden lógico y cronológico de los eventos o según un *ordo artificialis*, para complacer las exigencias de la situación y del argumento. Los hechos tienen que ser fiables y deben ser ordenados para realizar las tres funciones de la retórica: *docere*, *movere* y *delectare*. A pesar de que el deleitar y la predisposición emocional del auditorio juegan un papel clave en toda la estructura narrativa, el fin principal de la narración es *docere* y, para que se consiga, se necesita una *narratio brevis, clara et verosímil*.

Además, si la finalidad del exordio y de la narración es la preparación del destinatario y la presentación de informaciones que sean funcionales a la aceptación de la posición argumentativa establecida por el orador, podemos afirmar que la argumentación es el corazón del discurso persuasivo.

---

<sup>79</sup> MARTÍN JIMÉNEZ, Alfonso, *art. cit.*, 2014, p. 62.



La *argumentatio*, como parte nuclear y decisiva del texto retórico, necesita, en efecto, que las pruebas que favorecen a la causa puedan ser sostenidas y las que se oponen a la causa negadas y para que esta posición sea aceptada, es fundamental que el exordio sea adecuado y la narración convincente: sólo así la argumentación resultará sólida y determinante.

A través de las pruebas que se proporcionan y de los argumentos destinados a rebatir a los de la parte contraria se realizará así el objetivo del *docere*.

La parte final del discurso, la *peroratio*, es la última oportunidad que el orador tiene para predisponer al auditorio de manera favorable a su causa y desfavorable en caso contrario y, por lo tanto, es fundamental *movere* de manera afectiva al auditorio a la hora de tomar su decisión. Si el orador es capaz de exteriorizar su verdadera emoción el público puede conmoverse y para que se realice esto es esencial que

el orador domine, como un consumado actor, el arte de despertar fuertes emociones en sí mismo, lo que depende en gran parte de su propio ingenio, pero también puede ser cultivado mediante el ejercicio<sup>80</sup>.

El epílogo permite una especie de recapitulación de los temas tratados y sirve tanto para traer de vuelta a la memoria de los oyentes lo que se ha dicho, probado, confirmado y/o refutado, como para hacer visible y memorable el sistema de relaciones que se han demostrado entre los hechos y los argumentos; la *peroratio*, reanuda el *exordium* y permite que el público entienda el desarrollo de los argumentos y al mismo tiempo, si la conclusión está bien articulada, realiza su poder sugerente y estético.

Los antiguos oradores utilizaban incluso cierres en unidades métricas para que sus intervenciones pudieran tener un sonido armonioso, como en los poemas: “*es el final, presente e invisible, lo que da a esas pocas palabras la solemnidad y el valor de un principio...*”<sup>81</sup>. La disposición está predispuesta para que se realice el pasaje desde el *ethos*, que caracteriza el exordio y establece la autoridad del orador, al

---

<sup>80</sup> *Ibidem*, p. 64.

<sup>81</sup> KERMODE, Frank, “Il senso della fine. Studi sulla teoria del romanzo”, en: Ellero, Maria Pia-Residori, Matteo, *Breve manuale di Retorica*, Firenze, Sansoni, 2001, p. 65.

*logos* de la narración y de la argumentación, para llegar al *pathos* de la conclusión y a la persuasión de los oyentes.

La tercera operación retórica constituyente del discurso es la *elocutio*, la culminación textual en la que se realiza la traducción en palabras de las imágenes, los sonidos y de todos los materiales expresivos y los elementos encontrados y estructurados en las etapas precedentes, añadiendo a este conjunto un valor persuasivo.

Las ideas, las *res* halladas en la *inventio*, por medio del lenguaje, llegan a ser *verba* y a través de éstas intentan hacer brechas en el auditorio por medio de un texto que resulte atractivo y persuasivo.

Su función primaria es *delectare* y para lograr este objetivo, hay que tener en cuenta una serie de cualidades, las *virtutes elocutionis*, entre las que destacan: lo *aptum* –la adecuación del discurso al contexto donde hay que presentarlo–, la *puritas* –la pureza gramatical y sintáctica–, la *perspicuitas* –la claridad de la expresión y la adecuación del texto al receptor para hacerlo inteligible– y el *ornatus* –la belleza en la exposición del texto y la elegancia en el estilo. Se consigue *delectar* al receptor gracias a mecanismos expresivos, como las figuras retóricas y la coherencia con los estilos utilizados para la argumentación que, a veces, apela a los sentimientos y despierta pasiones, otras veces tiene que *docere* et *probare*, teniendo en cuenta el *ethos*.

## 1.4 De la memoria y de las emociones en la *actio/pronuntiatio* del texto

La expresión de las emociones está tan relacionada con la composición del discurso como con su pronunciación.

Como decía Quintiliano, el orador tiene que enseñar sobre la causa de que está tratando, deleitar con su exposición al auditorio y al mismo tiempo influir y conmover a sus oyentes.

La Retórica clásica distinguía dos etapas más, aunque posteriores a la construcción del texto, en las que otros aspectos de la comunicación tenían que ser considerados para llegar a la consecución de la persuasión: la *memoria* y la *actio/pronuntiatio*.

La primera operación retórica no constituyente del discurso es la *memoria*, que juega un papel importante en función de la actuación, ya que permite recordar el texto sin recurrir a notas o apuntes escritos.

Todos los individuos están dotados de una memoria natural y, tal vez, de una memoria aprendida por medio de una técnica. De esta manera, el acto de recordar se convierte en una especie de escritura mental, donde cada imagen corresponde a un objeto y luego a un significado.

La memorización silenciosa sería lo mejor, si no hubiera otros pensamientos que penetran en nuestra mente, cuando está distraída: son propios estos pensamientos que hacen necesario estimular la mente a través de la voz, de modo que la memoria sea ayudada por la doble actividad de hablar y escuchar. Pero la voz no debe ser demasiado fuerte y más bien debe verse como un murmullo<sup>82</sup>.

Hoy en día, el proceso de memorización se ha visto afectado por los efectos de la comunicación mediada por las nuevas tecnologías y la memoria, que antes era “propiedad” exclusiva del individuo, se comparte y pierde su singularidad en los archivos y en los buscadores de informaciones, donde está clasificada y

---

<sup>82</sup> QUINTILIANO, *ed. cit.*, XI, 2, vv. 245-246.

organizada, en relación con las contribuciones y/o las consecuencias que aportan en los otros medios, así como en el contexto comunicativo en general.

La memorización se resuelve en un proceso de almacenamiento y de organización de informaciones, de las memorias y de las culturas de un número ilimitado de personas y están disponibles para todos, en los *files* de las computadoras personales o en la web, para que puedan ser compartidas y unidas a otras en una especie de memoria colectiva global.

Volviendo a la segunda operación retórica no constituyente del discurso, el mismo puede estar muy bien construido a nivel de *inventio*, *dispositio*, *elocutio* y bien memorizado, pero su *performance* puede no ser eficaz, por una actuación débil y poco convincente o puede ser mediocre, confuso u obtener un gran efecto, si es presentado con eficacia y en el momento más adecuado para ser emitido.

Si consideramos la oratoria como arte del discurso persuasivo, que permite convencer al público de la credibilidad del mensaje, el orador mismo tiene que ser creíble y esta confianza que se establece entre emisor y receptor lleva a la aceptación de lo que se ha escuchado, a su interpretación no sólo desde el punto de vista racional sino también emocional.

El orador se transforma en un actor y tiene que poseer incluso capacidad de interpretación, debe hacer propias las pasiones del auditorio para poder despertar otras emociones.

El discurso debe involucrar más emocionalmente que intelectualmente, porque llega antes al corazón, a los sentimientos, que al cerebro.

Se habla a través de la voz, pero no sólo y no tanto con la voz; una persona recuerda más lo que oye y ve al mismo tiempo y por esto hay que tener en cuenta todos los aspectos de la comunicación no verbal para influir en la persuasión.

El lenguaje no verbal puede penetrar más a fondo y llegar a todos, porque no tiene vínculos estructurales ni siquiera formales –como lo verbal– y por esto está más libre de interactuar y jugar con las emociones de los oyentes, que llegan a comprender incluso más profundamente el mensaje: allí donde no llega la palabra viene el gesto, la mirada, una sonrisa.

Quintiliano, en la *Institutio oratoria*, reconoció una gran importancia a los movimientos del cuerpo –que se manifiestan en la *actio*– y sobre todo a la voz, que desempeña un papel determinante<sup>83</sup>.

Durante la operación de *pronuntiatio*, el *logos* se une al lenguaje no verbal, a los gestos y a los movimientos del cuerpo –siempre que sean adecuados al sentido de lo que se está diciendo.

Entonces, podemos afirmar que la *actio* se relaciona con el sentido de la vista y la *pronuntiatio* con el del oído, así que los receptores reciben el discurso a través de estos dos sentidos. “*Los gestos y el lenguaje conforman un solo sistema y constituyen una parte integral del lenguaje, tanto como las palabras, las frases y las oraciones*”<sup>84</sup>.

Los gestos y la voz son recursos físicos esenciales, a los que puede recurrir el orador, para transmitir las ideas y las emociones.

Cuando no hallamos la palabra adecuada para expresarnos, los gestos con las manos pueden ayudarnos a recuperar el término perdido. En otras ocasiones, los gestos brindan información que las palabras mismas no transmiten<sup>85</sup>.

A lo largo de los siglos, los antiguos rétores enfatizaron la relación entre el lenguaje y todos los aspectos cenestésicos relacionados con esto y esta relación ha sido confirmada también por los recientes estudios de la neurociencia y el descubrimiento de los así llamados y definidos *mirror neurons*<sup>86</sup> y de su funcionamiento.

El descubrimiento de esas neuronas –que explican una de las formas a través de las cuales aprendemos a hablar, a escribir o a conducir e incluso por qué el *yo* interior se revuelve, al ver el sufrimiento de otra persona– hizo posible comprender su función principal que es la de permitir la conexión entre las mentes y la transmisión de conocimiento y cultura mediante el aprendizaje.

---

<sup>83</sup> QUINTILIANO, *Ibídem*, XI, 3, v. 254-257.

<sup>84</sup> McNEILL, David, “Hand and mind: What gesture reveal about thought”, Chicago: UCP, 1992, en: Iacoboni, Marco, *Las neuronas espejo. Empatía, neuropolítica, autismo, imitación o de cómo entendemos a los otros*, trad. cast. Rodríguez Villegas, Isolda, Madrid, Katz Editores, 2010, pp. 83-84.

<sup>85</sup> IACOBONI, Marco, *op. cit.*, 2010, p. 84.

<sup>86</sup> RIZZOLATTI, Giacomo - SINIGAGLIA, Corrado, *Las neuronas espejo. Los mecanismos de la empatía emocional*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, 2006.

Hay que decir que, aunque el descubrimiento de las neuronas espejo sea reciente, si nos remontamos varios siglos atrás, veremos que, durante mucho tiempo, se ha querido descubrir cómo podemos entender la mente de los demás, y durante siglos varios pensadores y escritores han escrito sobre el tema. Cuando los leo, pienso que es como si supieran lo que eran las neuronas espejo o, cuanto menos, lo intuyeran. Hay una cita de Hume que dice que las mentes de los hombres son espejos unas de otras. Así pues, se puede llegar a este descubrimiento incluso mediante una buena comprensión de la psicología de la gente. Pero el descubrimiento en sí es realmente extraordinario, porque le dio un vuelco a la manera de concebir el cerebro de los neurocientíficos. Se sabía que el cerebro se divide en varios compartimentos: uno para el control motor, otro para la visión, otro para escuchar las cosas, otro para pensar en ellas...<sup>87</sup>

Las investigaciones han demostrado como estas *neuronas espejo* facilitan la captación de lo que se esconde bajo de los gestos y de las palabras del orador de forma automática e inconsciente y sin ningún esfuerzo deductivo.

Este tipo de neuronas, una especie de red invisible que une a todos los seres humanos y sus predecesores, además de percibir lo que otras personas hacen, permite relacionar esas acciones con el contexto en que se producen, con el fin de facilitar la comprensión de la verdadera intención de su autor<sup>88</sup>.

Así que, se pueden anticipar y simular en nuestro cerebro los gestos y las expresiones oídas y llegar a comprender hasta cómo se encuentra el orador y lo que nos quiere transmitir. Sin embargo, los gestos tienen que ser adecuados al contenido del discurso y no deben producir mensajes contradictorios.

Por eso, el orador:

puede servirse de la coordinación de sus gestos y de su voz, para transmitir, de forma fácilmente perceptible, los elementos racionales y emocionales destinados a mediatizar la decisión de sus receptores”<sup>89</sup>.

---

<sup>87</sup> Entrevista con Iacoboni, Marco, por Eduard Punset, Madrid, 8/12/2009. [Consultado en: <https://www.redesparalaciencia.com/wp-content/uploads/2010/04/entrev56.pdf>]. [Último acceso: 30 abril de 2008].

<sup>88</sup> IACOBONI, Marco, *op. cit.*, 2010, pp. 78-81.

<sup>89</sup> MARTÍN JIMÉNEZ, Alfonso, *art. cit.*, 2014, p. 79.

La operación de *actio/pronuntiatio* es sin duda una de las más difíciles de llevar a cabo, sobre todo en una época como la nuestra, donde ya no existe una comunidad sino una muchedumbre de receptores que interactúan en un contexto que hace de la inmediatez, de la mezcla de los sentidos que se involucran y de la sencillez de las palabras el sello distintivo de las comunicaciones en la red.

Sin embargo, todas las nuevas formas de comunicación, los nuevos tipos de enunciación guían nuestras percepciones y nuestros actos a través de mecanismos de persuasión que llegan a conseguir un consenso ideológico similar al consenso lingüístico que hace posible que una comunidad de hablantes establezca interacciones orales en su interior:

La cultura de masas, editada por eficacísimos sistemas ópticos y electrónicos de difusión, ha confirmado nociones, en su día proféticas, como las de sistema universal (Enzensberger, 1974) o las de aldea global (McLuhan, 1972) mediante las cuales se hacía referencia al efecto de ubicuidad comunicativa provocado por los medios de comunicación y se aludía a la configuración de una realidad medial -y mediatizada- en la que los canales tradicionales de distribución cultural se veían desbordados por las posibilidades tecnológicas de la era Marconi frente a la galaxia Gutenberg, por la hegemonía de la era de los sistemas de la comunicación verboicónica frente a los sistemas impresos de transmisión de la información<sup>90</sup>.

Si en la antigüedad, donde la retórica era una técnica de discusión principalmente oral, la operación de *actio/pronuntiatio* desempeñaba un papel decisivo para el éxito o el fracaso del discurso, con el paso de los siglos perdía importancia, por el hecho de que la Retórica comenzó a enfocarse más en la lengua escrita.

Sin embargo, cuando la tecnología empezó a entrometerse en la vida de los seres humanos, permitiendo que el *logos* llegara a un mayor número de personas, al introducir nuevos medios de transmisión de la información –como la radio y después la televisión–, las dos operaciones fueran recuperadas y hoy en día se le

---

<sup>90</sup> LOMAS, Carlos, “Estética, retórica e ideología de la persuasión”, *Signos, Teoría y práctica de la Educación*, 1991, núm. 3, pp. 30-51.

reconoce a *la actio/pronuntiatio* un papel determinante para el éxito del orador y de su discurso, en conformidad con la necesidad de *visibilidad* que tiene el hombre. El diálogo virtual, donde no hay una oposición neta entre oralidad y escritura y que carece de la información lingüístico/auditiva, de la emotiva, como de la expresividad y de la gestualidad –propias del discurso oral– a través de la innovación introducida por las nuevas tecnologías, se ha cargado de oralidad.

Lo que antes se pronunciaba por medio de la voz, se sustituye con imágenes, gestos, movimientos y también con hipervínculos y colores...etc., con el objetivo de recrear aquella situación de cercanía entre los interlocutores, para cumplir su cometido que es persuadir y/o motivar la acción.

Lo que antes pasaba en el ágora –un contexto, en cierto modo, bien definido y elitista (para no estar abierto realmente a “todos” los ciudadanos)–, donde los sentidos de la audiencia eran estimulados a través del “*logos oral*”, de los gestos y de la interacción “cara a cara”, para que se conformara al pensamiento del orador, con la introducción de *Internet* se ha trasladado a una pantalla, un espacio abierto a todos y ha sido digitalizado, lo que implicó de hecho la necesidad de encontrar nuevas modalidades para transmitir lo que antes se hacía a través de las palabras y del lenguaje no verbal.

De hecho, los nuevos medios, modificando el contexto comunicativo, han cambiado además la forma de percibir sensorialmente, de pensar y de actuar.

Todos los elementos que acompañan al lenguaje, los cenestésicos, los proxémicos etc..., tuvieron que ser reemplazados por otros medios capaces de reproducir la misma intensidad emocional y garantizar la eficacia de la comunicación y la persuasión de los demás.

En la era de la comunicación digital, la *actio*, a través de las herramientas proporcionadas por las nuevas tecnologías y dispositivos cada vez más sofisticados –con el objetivo de mejorar y potenciar los efectos en los usuarios–, junto a la *pronuntiatio*, ha tenido que adaptarse al marco de la tecnología, que también desarrolla una argumentación propia, con sus tropos, estrategias y técnicas.

La relación entre el emisor y la audiencia se distingue por la inmediatez y la falta de mediación y se “pronuncia” también a través de la visibilidad y la legibilidad de las páginas web, de las imágenes, las fuentes tipográficas, tipos de textos...



La retórica de la *tecnología eléctrica/electrónica*<sup>91</sup>, así como la tradicional, existe en virtud de una finalidad específica –que es la de producir un cambio entre las cosas existentes– y cumple además con su función pragmática, desarrollando un discurso que, una vez recibido e interiorizado por la audiencia, invita a la acción. Y es la propia audiencia la que tiene en sus manos la oportunidad de transformarse en una fuerza creadora, participante y colaboradora y esto lo hemos visto en todos aquellos movimientos políticos y sociales que han nacido en la red, han crecido y se han fortalecido, gracias al soporte de los usuarios y se han “materializado” en la realidad de las calles y de las plazas en la multitud de seguidores y que, en muchas ocasiones, han logrado conquistar incluso representación en la política y en otros ámbitos de la *community* real.

---

<sup>91</sup> El término es extraído de: McLuhan, Marshall, *El medio es el mensaje*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, 1987.

¿Cómo se llama vuestra merced? Siempre me han llamado el Ingenuo. En Inglaterra me confirmaron el nombre porque soy un hombre cándido que dice siempre cuanto piensa y, de la misma forma, hago siempre todo cuanto deseo hacer  
(Voltaire)

## **CAPÍTULO SEGUNDO: De la pérdida de la ingenuidad a la ingenuidad perdida**

## 2.1 De la ingenuidad y de la inocencia

En muchas ocasiones se ha considerado el término inocencia como sinónimo de ingenuidad, aunque en realidad las dos palabras se dirigen hacia trayectorias semánticas diferentes.

La palabra *inocente* tiene su raíz latina en el prefijo negativo *in* y en la palabra *nocere* que significa “producir un daño”, es decir, es un término que describe la carencia de culpabilidad, que se refiere a alguien que no posee maldad, que no ha cometido pecados, que no es destructivo ni dañino y por esto es una calidad que muy a menudo se atribuye a los niños: “es inocente como un niño”, por el hecho de coincidir con la falta de experiencia y conocimientos de los acontecimientos vitales.

Esta falta, no hace otra cosa sino desarrollar una fragilidad y una mayor vulnerabilidad frente a los actos maliciosos y a las actitudes prevaricadoras de la sociedad. Para defenderse de estos peligros, resulta prioritario, para el inocente, aprender a protegerse de su falta de experiencia, que le trae muchos problemas y disgustos.

Rechazando y alejándose de todo lo que es manifestación de la maldad y que puede resultar perverso o perturbador para la multitud de las personas, el inocente vive en un entorno que ignora el mal y por esto no llega a entenderlo ni a cometerlo.

La etimología asigna, en cambio, a la palabra *ingenuo* un significado que denota buen linaje y se refiere a quien ha nacido libre, que no es esclavo y por esta razón se mueve y actúa según las cualidades que le pertenecen, como la confianza en sí mismo, en el ser humano y por supuesto en su libertad.

El hecho de no ser esclavo de nada y de nadie hace que sea sincero, amable y atento a los que están a su alrededor, que sepa recibir lo nuevo y lo diverso y apoyar ideas creativas sin prejuicios, sirviéndose de nuevas formas de pensar, incluyendo además sencillez y sinceridad.

El ingenuo apuesta por la realidad, de la que tiene experiencia, y por esto le da crédito y en esa vive su vida, evitando el inútil desperdicio de tiempo y energía en dudas, resentimientos y desconfianza como, sin embargo, le pasa al astuto, cuando se fija en la búsqueda compulsiva de las consecuencias y del complot escondido en todos los actos del ser humano.

La inocencia, por definición, es la virtud que mejor le corresponde al niño, por no ser todavía capaz de hacer daño a nadie, por no poseer aquella competitividad/agresividad que se desarrolla después, al coincidir con el mundo de los adultos, para defenderse de los peligros y de las dificultades que le proporciona la experiencia.

El ingenuo puede utilizar la inocencia y actuar como un inocente; lo contrario, sin embargo, no es posible: la inocencia coincide con la inexperiencia.

A veces, para no asumir la responsabilidad de sus actos u opiniones, el cándido se refugia en esta “carencia de maldad”, en el “yo no sabía”, “no podría imaginar que” y se sirve de las herramientas que le proporciona la genética, para declararse inocente, por haber hecho las cosas sin maldad.

Aunque resultado de la adaptación cinematográfica de una novela, en el imaginario colectivo, permanece la representación más parecida del ingenuo en *Forrest Gump*<sup>92</sup>, el protagonista de la película, magistralmente interpretada por *Tom Hanks*. *Forrest* tuvo la suerte de desarrollar su personalidad, en un entorno que nunca le hizo vivir su pequeña discapacidad como un obstáculo para la realización de sí mismo y, por esta razón, se acostumbró a confiar en los demás, en no tener miedo a las dificultades, en construir vínculos personales, basados en el respeto mutuo, en la bondad y en la positividad, recurriendo consciente y admirablemente a su ingenuidad. El *ethos* del joven se ha fortalecido a lo largo de toda su vida, expresando cualidades que no estaban relacionadas sólo con sus límites cognitivos, sino con sus capacidades comunicativas, con su ingenio en encontrar soluciones y con su extraordinario poder persuasivo y por esto fue reconocido como un personaje creíble.

---

<sup>92</sup> *Forrest Gump*, una película inspirada en la historia del personaje de la novela homónima del escritor estadounidense Winston Groom, publicada en 1986, dirigida por Robert Zemeckis e interpretada por Tom Hanks, se estrenó en 1994 y desde su aparición en la gran pantalla, logró conseguir la benevolencia de la audiencia, que se dejó llevar por la curiosidad, la maravilla y la sencillez, a través de las que el joven se acercaba al mundo y por la coherencia manifestada en cada situación. A pesar de las críticas positivas o negativas que se hicieron alrededor de la transcripción de la novela original y dejando a un lado el hecho de que fue una película, la historia narrada y el análisis de los discursos, intervenciones públicas y de todo el material comunicativo producido por él, nos puede ayudar, para evidenciar algunas características de la ingenuidad, que pueden ser útiles a fines persuasivos, porque, más allá del escenario, existen en la vida real muchísimos Forrest Gump que, gracias a su ingenuidad, pueden llevar la discusión a un nivel más accesible, sin excesos ornamentales y directa al objetivo.

La relación de confianza y la benevolencia se han construido sobre rasgos ingenuos y a través de un lenguaje sencillo y directo, que ha transmitido significados auténticos y que ha logrado hacer olvidar la discapacidad y apreciar su visión de las cosas y su manera de argumentar o de llevar a cabo sus proyectos.

La fuerza del personaje radica en su ingenuidad encantadora, igual a la de un niño, que tiene un poder atractivo hacia el bien, la misma fuerza que se transforma en genialidad a la hora de defenderse de las dificultades y de las maldades.

Desde muy pequeño, para evitar a aquellos compañeros que no dejaban de acosarlo, optó para encontrar soluciones alternativas, como aprender a correr, por ejemplo, refinando, a través de una determinación de acero y un esfuerzo constante, su única defensa. Cada experiencia es vivida con intensidad y entusiasmo, porque, como él mismo decía: “*la vida es como una caja de bombones, nunca sabes lo que vas a tocar*”.

El tiempo, para este personaje ingenuo, es un contenedor de eventos y oportunidades que se presentan y que se resuelven según las leyes de la objetividad –que nos relaciona con el mundo de la naturaleza y de la sociedad de forma auténtica, sin necesidad de superar obstáculos, en total libertad y que despierta la ilusión de descubrir o conseguir algo– y no según las de la ganancia que, preocupándose más por lo que se va a conseguir, se aprovechan de estos rasgos, para lograr otros objetivos. Además, el tiempo de la ingenuidad no es percibido como mera sucesión de hechos, sino como la posibilidad de disfrutar *hic et nunc* de cada evento, lo que lo acerca de facto al tiempo como *καιρός*<sup>93</sup>, como el momento oportuno para decir o hacer algo.

---

<sup>93</sup> “Con el término Kairós, un concepto de la filosofía griega, los antiguos helenos identificaron un tiempo indeterminado en que algo importante sucede. Su significado literal es “momento adecuado u oportuno” y para la teología cristiana representa el “tiempo de Dios”. Aunque el término utilizado en la antigüedad varía en los diferentes textos y aparece con significados ligeramente distintos. No se pueden unificar todos sus usos y el significado exacto debe extraerse del contexto. Ni siquiera siempre es asociado con el tiempo, pero sí con la eficiencia y aparentemente siempre juega un papel decisivo en las situaciones imprevisibles e inusuales o es una condición necesaria para lograr el éxito”. [MOREIRA DIAS, Wladimir, *Kairós. El alma del mundo*, Createspace Ed., 2015, p. 15]. “En la mitología clásica, el tiempo solía ser representado por dos figuras principales: una era Crono o Chronos, “El dios de las edades” y dios del Zodíaco –que daba cuenta del tiempo, como su nombre lo indica, en sentido estrictamente cronológico, esto es, del tiempo medible que usamos cotidianamente para establecer fechas, horarios o épocas–; la otra era Kairós, quien encarnaba la idea del “momento justo”, es decir, el instante en que las cosas simples o extraordinarias sucedían sin importar si tardaban una milésima de segundo o varios siglos. A diferencia de Crono, una divinidad ampliamente conocida, Kairós mantenía un perfil más bien discreto, en gran medida por el valor que el hombre concedía –y aún concede– al paso del tiempo en sentido lato y a la sucesión exacta de esa medida para ordenar el día a día de su existencia”. [<http://www.kairos.com.co/nosotros>]. [Último acceso: 30 de abril de 2018].

Si dejamos a un lado el hecho de que el personaje en cuestión no es real sino un producto de la ficción cinematográfica, todavía podemos encontrar en *Forrest Gump* el “prototipo” del ingenuo, esta vez, pero, en su papel de *emisor/orador*, como productor activo de discursos que pueden persuadir y no como *receptor oyente*, como sujetos pasivos, expuestos al riesgo de ser fácilmente engañados por los manipuladores de la palabra.

Es un cambio de rumbo, que podría ayudar a no considerar al ingenuo sólo y exclusivamente como una presa fácil, como alguien que se refugia en un mundo imaginario, para no entrometerse en las cosas que no le interesan, sino más bien como una persona *consciente* de su ingenuidad, que sabe usarla y que, a través de sus rasgos, llega a cumplir su función persuasiva.

Y pudiendo analizar ese personaje desde una perspectiva retórica, diríamos que la ingenuidad ha sido esencial para la construcción del *ethos*, de su credibilidad como emisor, así como para que el *pathos* pudiera poner en marcha el proceso de asentimiento con sus oyentes y finalmente para que el *logos* pudiese expresarse en plena libertad, coincidiendo con las palabras de Aristóteles y su Retórica de *las pruebas*, de las razones que se utilizan para sostener la causa y conseguir la persuasión de los oyentes, a través del discurso:

[...] Unas, en efecto, están en el carácter moral del que habla; otras, en disponer de alguna manera al oyente; otras, en el discurso mismo, por medio del mostrar o aparecer que se muestra. Así pues, por medio del carácter, cuando de tal manera es dicho el discurso, que hace fidedigno al que habla. Pues a los honestos más creemos y con más rapidez; sencillamente en verdad, acerca de todo; y totalmente, en cambio, en lo que lo preciso no existe, sino el dudar. Pero esto también debe ocurrir mediante el discurso, mas no por estar juzgado de antemano qué clase de persona es el que habla. Pues no, como algunos de los que tratan con arte, [no] colocamos en el arte también la decencia del que habla, porque en nada contribuye a lo persuasivo, sino que casi, por así decir, su carácter tiene persuasión muy poderosa<sup>94</sup>.

---

<sup>94</sup> ARISTÓTELES, *Retórica*, ed. cit., I, 1356a, vv. 2-15.

Entonces, para explicar cómo se podría usar la ingenuidad para poner en acción el proceso que lleva a la persuasión, en lo que llamo *Retórica de la ingenuidad*, deberíamos, en primer lugar, considerar la relación entre la *ingenuitas*, el emisor/orador y el *ethos*, y pensar en la ingenuidad como a una herramienta que permite al orador desarrollar un *ethos* que sea el más auténtico posible, que refleje el lado verdadero de quien produce una relación comunicativa.

La credibilidad del orador es una condición *sine qua non*, para que se activen los mecanismos de la persuasión y un *ethos ingenuo* será expresión de sinceridad, libertad, confianza y, por lo tanto, al receptor no le resultará difícil entrar en empatía con él y desencadenar el proceso persuasivo.

Además, analizar las estrategias y los elementos retóricos que apoyan esta imagen de la ingenuidad, puede facilitar la “percepción” de un *ethos creíble*, en aquellas situaciones donde no hay “presencia física” del emisor, y me refiero, en particular, a la realidad virtual, donde la autenticidad o la credibilidad del emisor coincide con su visibilidad y su manera de gestionar la relación comunicativa en la red.

En segundo lugar, si tomamos en consideración la relación entre la ingenuidad, el receptor oyente/auditorio y el *pathos*, nos daremos cuenta de que las emociones y los sentimientos de los ingenuos reflejan una realidad, así como aparece, sin mediación alguna y son expresados con el mismo entusiasmo y la misma maravilla del niño frente a lo desconocido.

El *pathos ingenuo* enfoca en los sentimientos que el orador quiere despertar en los oyentes, así que la ingenuidad, la sencillez y la interpretación verdadera de la esencia de las cosas, hacen que el *pathos* también llegue a despertar *la compasión*, que genera un influjo afectivo muy fuerte en la audiencia, que se predispone para la recepción del mensaje, poniendo en marcha también el proceso de *poliacroásis*. Finalmente, centrándonos en la relación entre la ingenuidad, el discurso y el *logos*, podríamos analizar como la ingenuidad se dirige a lo intelectual, enfocando los argumentos en el discurso y prestando atención a la forma verbal de presentarlos, para aportar conocimiento.

Uno de los objetivos de esta investigación será el de demostrar como la “*argumentatio ingenua*”, además de reforzar o aumentar la credibilidad del orador, con el soporte de argumentos racionales –las pruebas, que son sencillas y son presentadas en forma humilde, lo que no significa privadas de sustancia ni de estilo,– puede ayudar a simplificar la comprensión del texto, y como, junto a un

*lenguaje ingenuo* –que transmite la esencia de las cosas, que es claro, evidente y rico en metáforas y otras estrategias lingüísticas que reenvían a la modalidad de representación de la realidad típica de la infancia, expresada a través del juego–, es posible conseguir la persuasión.

Dejando a un lado la película, hay que reconocer al guionista el mérito de haber aplicado perfectamente las categorías de la retórica clásica a la hora de construir el *ethos* de su personaje principal, haciendo que el público se fijara más en su capacidad persuasiva y en su manera de interpretar y solucionar las cosas, que en su discapacidad.

Esa podría haber sido otra opción: enfocar sobre la discapacidad que persuade y convence a través de la compasión que genera, pero se decidió centrarse más en las habilidades comunicativas y las potencialidades del lenguaje.

La “adhesión” con el interlocutor se realiza al escuchar sus argumentos, sus cuentos, que generan recuerdos y emociones, y su forma de expresarlos y no a través de la discapacidad, que allí llega a desaparecer.

El *logos* de la ingenuidad, que se dirige directamente a las emociones, es expresado a través de un discurso pensado para despertar una conexión con el oyente, conseguida también a través de un léxico claro, elegante y armónico, lleno de metáforas y otras figuras, que lo hacen más persuasivo.

La ingenuidad es una actitud natural, una especie de capacidad innata que permite construir un proyecto de vida sin artificiosidades, sin exageración ni clamor.

Es una *inteligencia curiosa*, una manera sabia de hacer preguntas acerca de todos, una habilidad de codificación y decodificación de la realidad, de relación con los demás por el hecho de que se puede asociar con la confianza, la buena intención y la bondad.

Revisando lo que se había escrito sobre la ingenuidad, me encontré con unos sermones, publicados en el siglo XIX en Barcelona, redactados por un tal D. Josef Climent<sup>95</sup>, obispo de la ciudad, y me llamó la atención la manera de relacionar la esclavitud con la adulación y la ingenuidad con la libertad, para llegar a la

---

<sup>95</sup> D. Josef Climent (1706-1781), fue un sacerdote español, que ejerció como obispo en Barcelona entre 1766 y 1775. Climent fue uno de los más prestigiosos prelados de su época: renovó el plan de estudios del Colegio Episcopal, único centro de enseñanza superior de Barcelona, ya que su universidad fue suprimida por Felipe V, como respuesta a las “actitudes demasiadas “filoaustriacas” de los catalanes; abrió escuelas gratuitas de primeras letras y doctrina cristiana, en la ciudad de Barcelona (1767) y la primera biblioteca pública de la Ciudad.



definición de ingenuidad como “*el ejercicio propio de la libertad del hombre*”<sup>96</sup> y que debería indicar la simplicidad de quien carece de experiencia, que es algo primitivo, que se ha heredado y que nunca se ha puesto en tela de juicio. Escribía el obispo:

[...] Como quiera que sea la etimología, o analogía de la voz adulación, ella es una especie o señal de la esclavitud, así como la ingenuidad o sinceridad es el ejercicio más propio de la libertad del hombre. El ejemplo le tenemos en Esopo, y en Solón, que se juntaron en la Corte de Cresos, opulento Rey de Lydia; mas no se acordaron en el modo de conducirse. Pues estando aquel Príncipe muy embelesado con sus inmensas riquezas, íntimamente persuadido de que era el hombre más feliz del mundo, no dudó, que Solón habría formado de él este mismo concepto, y deseando que se explicara, y se lisonjeara, como le lisonjearan todos sus cortesanos, le hizo varias preguntas. Pero no logró su intento: porque Solón con la mayor claridad, aunque con gran respeto, le dijo: que las riquezas, y demás bienes perecederos de la tierra no entraban en el plan o en la idea de una verdadera constante felicidad, que no se consigue hasta la muerte, y consiste en el desprecio de aquellos viene, y en la posesión de otros de superior orden y perdurables. Y dicho esto se retiró Solón del palacio de Cresos, dejándole muy disgustado, y no corregido. Al contrario, Esopo bien lejos de pensar en desengañar a Cresos se servía de la agudeza de su ingenio, y de sus grandes luces, para divertirle, y deslumbrarle, con el fin de disfrutar su confianza, y enriquecerse con sus liberalidades. De modo que Esopo tuvo muy a mal la ingenuidad con que habló Solón, y a tono de consejo le dijo: Es preciso o no acercarse jamás a los Reyes, o decirles cosas, que les sean agradables. No digas tal, respondió Solón, di: Es preciso, o no acercarse jamás a los Reyes, o decirles cosas que les sean útiles. Y, no es de admirar, que Esopo y Solón discrepan tanto en el modo de pensar y de hablar: porque Esopo había sido esclavo y conservando el espíritu y el carácter de la esclavitud, no podía dejar de ser lisonjero. Solón

---

<sup>96</sup> CLIMENT, Josef, obispo de Barcelona, *Sermones*, Barcelona, Oficina de la Tecla Viuda, administrada por Verdaguer, Vicente, 1815, Vol. 1, Tomo III, párr. 8-9, p. 195.  
Online en: <http://catalog.hathitrust.org/Record/009343726> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

fue siempre libre, e ingenuo, y amó tanto la libertad, que a trueque de que Athenas su patria gozara de ella, no quiso admitir la corona que le ofrecían sus propios paisanos [...] <sup>97</sup>.

Desde el punto de vista etimológico, al ingenuo se le considera un individuo que posee cualidades positivas, como la libertad, la veracidad y la precisión, aunque, al mismo tiempo, se le asocia a la persona que fácilmente se deja llevar, como una presa sencilla en las manos de los cazadores furtivos y que se deja manejar.

A lo largo de esta investigación, la ingenuidad será considerada en su sentido original, como herramienta hermenéutica y también como medio para lograr la persuasión, según los rasgos que le pertenecen, mientras que seguiremos viendo en la inocencia una característica propia de la infancia de un individuo, que se distingue por la inexperiencia y la falta de conocimiento.

En los niños y en los jóvenes, la ingenuidad está muy vinculada a la inocencia, a la falta de experiencia y de conocimiento.

Todavía, no se han desarrollado aquellas capacidades encargadas de las operaciones mentales complejas, lo que implica la comprensión de los fenómenos naturales y sociales, a través de una mirada —que aún no ha sido afectada por las estructuras del mundo adulto— que permite que las cosas se manifiesten en su autenticidad originaria, gracias a la ilusión y a el asombro relacionados con el descubrimiento.

Así que resulta comprensible, o quizás conveniente, el hecho de que, estas características puedan generar y/o perpetuar confusión a la hora de usar *ingenuidad* como sinónimo de *inocencia* y viceversa.

Es posible confundir sus características y no darse cuenta de que, llegado a la madurez, el inocente será aquel que, por no tener conciencia de sí mismo y muy poca experiencia, intentará transmitir una imagen de su persona, que resulte aceptable tanto como la de un niño, incapaz de provocar daños o problema alguno. El ingenuo, sin embargo, por tener conciencia de sí mismo y por haber pasado tras la red de la experiencia, será aquel que se libra, despojándose de los constructos mentales y relacionales, de cualquier vínculo y vuelve a una condición de pureza

---

<sup>97</sup> *Ibídem*, párr. 11-12, pp. 195-196.

en su relación con el mundo, saboreando las emociones y los sentimientos que se generan ante los nuevos descubrimientos.

El ingenuo entonces puede ser inocente, el inocente no puede ser ingenuo, ni servirse de la ingenuidad, por no tener conocimiento de lo que significa ser ingenuo.

Se podría incluso resumir con la siguiente fórmula: la ingenuidad se relaciona con la inocencia, así como el conocimiento se relaciona con la ignorancia, aquí entendida como falta de saber.

Durante el desarrollo de la persona, la adquisición de una mayor autonomía, el fortalecimiento del lenguaje y de las estrategias comunicativas, como el aprendizaje de nuevas habilidades, llenan los vacíos debidos principalmente a la edad, a la falta de experiencias y desafortunadamente también a razones económicas.

La inocencia, en situaciones no patológicas, evoluciona con el crecimiento y se convierte en capacidad hermenéutica, de comprensión e interpretación de la realidad; la maravilla del descubrimiento casual de algunos fenómenos se convierte en curiosidad investigadora, lo que permite dar una respuesta autónoma a los múltiples por qué y a los desafíos que la vida le pone por delante.

La inocencia se convierte en ingenuidad y en el adulto esta *ingenuitas* es expresión de autenticidad y sinceridad y, al mismo tiempo, un medio para conseguir el fortalecimiento de su *ethos*, lo que le permite llegar más directamente al *pathos* de los demás, para conseguir, a través del *logos*, su confianza.

## 2.2 Etimología de la ingenuidad

Ya en la Antigua Roma, había una separación muy clara entre los *libertos* que, a pesar de haber sido esclavos, habrían podido salir de esa condición por Ley o por concesión del *dominus*, y los *ingenuos*, que eran los ciudadanos que, por haber nacido de padres libres, gozaban de más libertades y que jamás habrían perdido esa condición social.

El hombre que nacía libre era el único ser humano considerado como *persona*, como sujeto de derecho.

A esta libertad de nacimiento, al término *ingenuus* se le van añadiendo toda una serie de aspectos que llegan a diseñar y a definir la figura misma del ingenuo y de lo que es digno de un hombre ingenuo, libre, directo y sincero.

La Real Academia Española, así como la italiana Accademia della Crusca, la Académie française o la alemana Fruchtbringende Gesellschaft (Sociedad fructífera) coinciden en el reconocer a la ingenuidad, que descende de la voz latina *ingenuitas*, *-ātis*, la condición propia del *ingenuus*, del nacido libre y no esclavo, del hombre de buen linaje, cándido y sincero.

La Enciclopedia Universal llega a definir y a relacionar este vocablo con la persona “*que actúa sin malicia o sin doblez y que es fácil de engañar porque no tiene picardía para captar las segundas intenciones de los demás*”.<sup>98</sup>

A lo largo de los siglos, como todas las palabras, este vocablo ha experimentado un proceso de evolución semántica y de adaptación sociocultural: en un primer momento, se utilizaba con el sentido de sincero, digno, franco, simple, espontáneo, para connotar a una persona sin malicia, incapaz de mentir o detectar las dobleces, que se esfuerza por asimilar y respetar las normas y las reglas que la sociedad impone, de una forma acrítica y con un cierto distanciamiento.

En la actualidad, en la civilización de la prepotencia y de la prevaricación, al ingenuo se le asocia con quien carece de picardía, con el inocente, con el crédulo o incluso con el tonto, a pesar de que ni el ingenuo ni la ingenuidad tienen nada a que ver con la ignorancia, sino más bien con el ingenio, que es lo que mejor les distingue de los demás.

---

<sup>98</sup> Consultado en: <http://www.enciclonet.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

Ha sido interesante y una gran ayuda, en este sentido, la investigación que se hizo sobre la evolución del término ingenuidad hacia el uso contemporáneo, a través del análisis de las definiciones de este vocablo, encontradas en varios diccionarios de lengua castellana, publicados a lo largo del siglo XVIII.

En un artículo publicado por la revista de Epistemología de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile, se pueden distinguir tres sentidos distintos asociados a la ingenuidad: uno que la identifica con la pureza, un sentido legal, que le reconoce el estatus de libertad que acompaña al ingenuo en su proceso evolutivo y un tercero, lo que más ha perjudicado su acepción contemporánea, que la identifica con la actitud de juzgar a quien se porta de una manera ingenua, distanciándose *de facto* de su uso originario.

En esta revisión exploratoria de las definiciones de la ingenuidad que fueran incluidas en diccionarios de la lengua española desde inicios del siglo XVIII encontramos tres sentidos distintos. Un sentido primitivo la identifica con el candor y la sinceridad. Un sentido legal incluye en ella una referencia a procesos evolutivos. Por último, encontramos un sentido reflexivo, que incluye en la noción de ingenuidad una referencia a quien la utiliza para dar cuenta del comportamiento de otros [...] Estas diferencias nos permiten acercarnos al significado que adquiere hoy la ingenuidad, sobre todo por oposición con respecto a la ingenuidad primitiva.<sup>99</sup>.

En el trabajo del grupo de investigación de la Universidad de Chile –el único, entre los textos y artículos consultados, hasta la fecha, que abordó el tema de una forma que me resultó útil–, nos referimos al proceso de evolución semántica del término *ingenuitas*, que también ha significado un cambio en el uso y que ha contribuido a la definición de tópicos, asociados tanto con la ingenuidad “expresión del yo individual” –que define el *carácter ingenuo* y que está presente a lo largo de todo el proceso evolutivo del ser humano–, como con la ingenuidad que expresa las consecuencias del comportamiento –que define la *actitud ingenua*, la del ingenuo

---

<sup>99</sup> VALENZUELA, Fernando, “La ingenuidad como forma de clasificación social en el arte: un análisis sociológico”, *Cinta de Moebio, Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, Universidad de Chile, 2013, núm. 48, pp. 136-146. Online en: <http://www.moebio.uchile.cl/48/valenzuela.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

e incluso la de quien la usa para conseguir beneficios y credibilidad—, que ha introducido el proceso de transformación de la *ingenuitas* primitiva en su sinónimos —entre otros el de “inocencia”—, distanciándole de su acepción originaria. Al considerar la *ingenuitas* en su sentido primitivo, el que la identifica con el candor, la sencillez y la sinceridad, se ha centrado la atención en aquellos aspectos de la personalidad que representan a una persona sin malicia y que inspiran su manera de transmitir la pureza y la simplicidad de sus pensamientos, que se convierten en los comportamientos propios de aquellos que “*actúan de modo libre, sinceramente, con ingenuidad, y sin doblez o engaño*”<sup>100</sup>.

La ingenuidad primitiva es una característica de la personalidad del hombre, que condiciona y, al mismo tiempo, connota tanto la actividad cognitiva como la comunicativo/relacional —que la relaciona con la sinceridad y la honestidad—, y así la tendremos en cuenta, a la hora de describir los elementos que harán parte de lo que llamo Retórica de la ingenuidad.

En un segundo momento, el significado de *ingenuitas* primitiva agrega un nuevo sentido, el de *Ingenuitas Legalis*<sup>101</sup> —“*se llama ingenuo en el derecho civil el que nació libre y no ha perdido la libertad*”<sup>102</sup>—, que incluye una referencia a los procesos evolutivos y representa un paso más, para dar al ingenuo un estatus, una posición definida y reconocible por la sociedad, teniendo también en cuenta, como veremos en los próximos capítulos, las dificultades a las que se han enfrentado, a lo largo de la historia, niños y jóvenes —que son, en cierto sentido, el emblema de la ingenuidad—, para ser aceptados como miembros constitutivos y activos de la sociedad y hacer que esas características de la ingenuidad —la espontaneidad, la

---

<sup>100</sup> *Diccionario de la Academia de Autoridades*, (1734), citado por: VALENZUELA, Fernando, *art. cit.*, 2013, p. 137.

“En su *Diccionario nuevo de las lenguas española y francesa*, de 1705, Francisco Sobrino —continúa Valenzuela— propone como sinónimos de la ingenuidad, la sencillez y la sinceridad. Nota con ello su equivalencia con el término naïf, que habría derivado del latín *nativus* recién hacia 1654. [...] En el siglo XVIII se podía usar el término ingenuidad de una manera que para nosotros parece extraña. Por ejemplo, se podía decir: “Premie el Príncipe, con demostraciones públicas, a los que ingenuamente le dijeren verdades”, o “Confesaré ingenuamente quiénes son los que se querellan de los cristianos”. Falta a aquella noción primitiva de ingenuidad la ironía de las vanguardias del siglo veinte: no parece haber en ella referencia alguna, por solapada que sea, a la astucia de aquel Príncipe que premia la sinceridad “ingenua” de sus súbditos. En efecto, ingenuidad parece haber sido equivalente lato de sinceridad, y parece haberse premiado de igual manera, sin bemoles ni sarcasmo. En el *Diccionario enciclopédico de Zerolo*, Isaza y Toro y Gómez, de 1895, el uso de la noción de ingenuidad parece haber sido el mismo: ‘Sinceridad, buena fe, candor, realidad en lo que se hace o se dice’”. [Valenzuela, Fernando, *art. cit.*, 2013, p. 137].

<sup>101</sup> *Diccionario de la lengua de la Real Academia Española* (1780 -1783), citado por: VALENZUELA, Fernando, *Ibidem*, p. 138.

<sup>102</sup> *Ibidem*.

sinceridad, la libertad...—, no se consideraran sólo como formas de distanciamiento de la realidad ni como algo peligroso para la estabilidad social, sino más bien una manera diferente de interpretar la realidad y de relacionarse con ella.

Este nuevo sentido asociado a la ingenuidad, como expresión de un ser “libre” por naturaleza —que nos permitirá analizar cómo esta “libertad”, que se atribuye a los ingenuos, se puede expresar en pensamientos, palabras y actitudes—, comienza a tomarse en consideración, también desde otras ramas de las disciplinas humanísticas, que reconocen la *ingenuitas* y la infancia del hombre como fuente de inspiración e incluso como una forma para expresar la autenticidad del yo, por ejemplo, en las obras artísticas o para describir el perfil de un personaje y sus aventuras en las obras literarias, lo que facilitó, como veremos más adelante, el reconocimiento de la infancia y de los niños como sujetos con derechos.

Por último, además de ser una característica de la personalidad del hombre, que se relaciona con la sinceridad y la honestidad, y de coincidir con la libertad de pensamiento y de acción, el término “ingenuidad” se usa con una referencia de género y empiezan a definirse tópicos y lugares comunes, alrededor del “ingenuo” —un personaje sencillo, sincero, dotado de intuición y creatividad, que usa su ingenuidad como arma de rescate y como medio para persuadir a los demás—, y de la “ingenua” — la jovencita inocente, guapa, dulce, sincera que, por su frescura e inocencia, a menudo cae en la trampa del falso héroe, que antes había idealizado, que se hace manipular con facilidad...

Con el surgimiento de las vanguardias de por medio, en 1970, por último, se agrega una referencia de género a la noción de ingenuidad, que se mantuvo hasta 1992 en el *Diccionario de la Lengua Española*: ingenua será la “Actriz que hace papeles de persona inocente y candorosa”. Pero no sólo la referencia a una distinción de género separa a esta definición de la ingenuidad de sus predecesoras [...] Ésta pasa a incluir una referencia a quien señala a otro como ingenuo en el sentido primitivo<sup>103</sup>.

Al cambiar el enfoque de la *ingenuitas* a la *conducta ingenua*, se ha dado paso a una especie de involución hacia un uso peyorativo de esta palabra, que se podría

---

<sup>103</sup> VALENZUELA, Fernando, *art. cit.*, 2013, p. 138.

explicar a través de la ambigüedad que le proporciona el significado mismo y que se centra más en la consecuencia de una acción ingenua, que en la ingenuidad propiamente dicha.

De aquí surge el verdadero *quid* de la cuestión: si la ingenuidad fuese algo tan inadecuado, como parece, para ser asociada al hombre, por provocar más problemas, por lo menos a nivel práctico, que beneficios, se habría extinguido desde hace mucho tiempo. Si la ingenuidad representa el ejercicio más propio de la libertad del hombre:

- ¿Cómo pueden cualidades tan peculiares del ser humano conducir a soluciones infelices?
- ¿Quién es hoy el ingenuo?
- ¿Cuál es su rol, siempre que se le reconozca una posición, en la sociedad de la comunicación?
- ¿Cuáles son sus estrategias comunicativas?
- ¿Por qué la ingenuidad puede llegar, a veces, a dar miedo?

A través de esta tesis doctoral, trataremos de responder a estas preguntas y las que puedan surgir durante la investigación, con la intención de demostrar que, a través de una visión y un enfoque más ingenuo de los problemas y/o situaciones a las que tenemos que enfrentarnos, tal vez podría ayudar a llevar las cosas a un nivel que, a través de un uso claro, objetivo y coherente de las palabras, la verdad de los contenidos de los textos y de las informaciones que se producen, transmiten y reciben, podamos facilitar la comprensión del mensaje, reconocer las verdaderas intenciones o los intentos de manipulación que pueden esconderse detrás.

Siempre teniendo en cuenta la *ingenuitas* en su significado semántico original y tratando de asegurarse de que la sencillez no se confunda con la banalidad y el vacío de contenido, la *Retórica de la ingenuidad* podría señalar el camino para aprender a reconocer, y luego usar, esas modalidades expresivas y relacionales que reflejan, por un lado, una visión de las cosas que muestra la forma de experimentar la realidad y entenderla de los niños y de los jóvenes; por otro lado, cómo transformar en palabras –lo que está relacionado con el uso del lenguaje, la estructuración y organización de los contenidos del texto ... –, esta visión ingenua de la realidad.



## 2.2.1 Cualidades en conflicto

Centrado nuestro interés en el sentido original de la palabra ingenuidad, como expresión de libertad, del “ser libre de”, vamos a tratar de demostrar la existencia de una ingenuidad “buena” que, tomada en su sentido original, puede ser considerada como la explicación de un razonamiento auténtico, que se despliega a través de lenguajes y esquemas inusuales.

El “argumentar ingenuo”, cuyas conclusiones, muchas veces, se han visto rechazadas, incluso sin haber sido tenidas en cuenta, nos abre el camino hacia una visión alternativa del mundo y de las cosas que lo rodean, según un enfoque que se aleja de lo usual.

Entonces, ¿Cómo se pueden conciliar cualidades como la sinceridad, la dignidad, la simplicidad y la espontaneidad, que por un lado caracterizan la ingenuidad buena, con algo peyorativo o impropio como la falta de picardía, la banalidad, la credulidad o incluso la estupidez?

Una respuesta inicial se deduce, como hemos visto, de la ambigüedad que le proporciona la evolución etimológica de la palabra, centrándose más en la consecuencia de una acción ingenua que en la *ingenuitas* propiamente dicha: por esta razón, seguimos viendo casi exclusivamente los aspectos peyorativos relacionados con este término y seguimos confundiéndolo y utilizándolo como sinónimo de inocencia.

Una segunda respuesta puede ser encontrada en el *status quo*, al que nos ha conducido la evolución y el desarrollo de la sociedad actual, cada vez más centrada en satisfacer los objetivos individuales, que dominan los de la comunidad, y orientada hacia un individualismo narcisista y tal vez cínico.

Cualquier paso en falso, una desviación del pensamiento de la mayoría, un alejamiento de lo que hay que hacer para “ser aceptados”, así como expresarse de una manera distinta, pone al sujeto fuera de este juego, excluyéndole del paradójico diálogo que se va estableciendo entre los hombres del siglo XXI.

En este contexto, resulta muy difícil, para una persona que no posee malicia, que sigue exponiéndose a la maravilla del descubrimiento y a la curiosidad de la investigación, que no puede renunciar a su autenticidad para asumir actitudes falsificadas, encontrar un reconocimiento en la sociedad en la que vivimos, donde

el tiempo, las cosas, así como las palabras y los pensamientos fluyen a diferentes velocidades y a veces no llegan a ser captados ni tampoco comprendidos.

Al ingenuo se le considera, en la mayoría de los casos, como un receptor pasivo de todo lo que pasa a su alrededor o como alguien que puede ser engañado con facilidad.

Sin embargo, aunque se le reconozca la calidad “de no fingir entender” para obtener un beneficio personal o conseguir una posición, hay veces en las que su inesperada franqueza nos hace dudar de sus verdaderas intenciones.

Estamos de acuerdo en reconocer a la persona astuta una mayor capacidad de movimiento y de interacción en un tejido social cargado de hipocresía y arribismo. El “astuto”, por su capacidad de dominar con más seguridad las emociones, está mucho más atento a que alguien pueda engañarlo, por el simple hecho de que el engañoso, el ficticio, además de representar el producto de la sociedad moderna, constituyen también los ejes sobre los que se han edificado sus relaciones interpersonales.

Mostrar deficiencias o defectos no ayuda y por este motivo se requiere la ostentación de la propia seguridad, para evitar que otros puedan provocarnos daños o excluarnos de este contexto relacional.

Casi pareciera presenciar el despertar de aquel *homo homini lupus*, en aquel imperio de la Ley del más poderoso, donde se necesita moverse con más energía para obtener respeto y consideración y en este caso el astuto le ganaría al ingenuo que, por suerte o por desgracia, no llega a poseer estas habilidades ni tampoco estas tácticas.

Esto no significa sin embargo que no estén a su alcance otras herramientas a las que pueda recurrir, siempre y cuando surja una necesidad, o más bien cuando hay que hacer lo que es correcto.

Una de estas herramientas es, como hemos visto, la posibilidad de poder opinar, elegir y tomar decisiones libremente, de acuerdo con lo que le da su origen, sin las limitaciones impuestas por la sociedad de la apariencia, que ha ido marcando su distancia de la del ser. No se trata simplemente de defender al individuo ingenuo, sino que su ingenuidad, su personalidad ingenua, su visión de las cosas es la que ha permanecido auténtica.

Por el hecho de acostumbrarse a ver lo que se esconde más allá de lo perceptible, resulta adecuada para todos aquellos que son capaces de captar aspectos particulares de la realidad, a través de una mirada que no necesita ningún disimulo, ninguna pretensión o truco y que puede transformar lo visto en *logos*, en argumentos, pensamientos y, por supuesto, en palabras que logran expresar el significado fundamental de las cosas y específicamente aquel “*esencial que es invisible a los ojos*”, como nos ha enseñado *El principito*<sup>104</sup> del escritor francés Antoine de Saint-Exupéry.

La ingenuidad y la curiosidad se oponen a la rigidez del pensamiento de los adultos, encerrados en las posiciones y en las tareas que les asigna la vida cotidiana, hasta el punto de descuidar el sentido lógico de sus acciones, sin tomar en cuenta su real utilidad.

La intención del escritor francés es guiar al ser humano a reencontrar el hechizo de la infancia, para volver a ser incorrupto, creativo e incluso un modelo de civilización humana.

El encuentro entre el piloto y el niño no es otra cosa que la metáfora del momento en que el hombre se ve a sí mismo en su interior, buscando lo que aún no ha sido contaminado por la fugacidad del tiempo<sup>105</sup>.

Seguimos viendo como la referencia a la ingenuidad es algo que va más allá de la inocencia y es así, que iré considerando, a lo largo de mi investigación, esta característica del ser humano: en su sentido original y distinta de la inocencia, que se refiere a la falta de experiencia y de segundas intenciones.

---

<sup>104</sup> CHINAPPI, Andrea, “L’essenziale è invisibile agli occhi”, *L’intellettuale dissidente*, diario periodístico digital, 2 de febrero de 2013. Online en: <http://www.lintellettualeedissidente.it/cultura/l-essenziale-e-invisibile-agli-occhi/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

La novela de Saint-Exupéry es un libro para niños más bien dirigido a los adultos, porque los lleva a tener en cuenta que sería mejor recordar al “niño que se convirtió en hombre” el hecho de que, al crecer, no debería olvidarse de haber sido un niño y de haberse distanciado de las emociones y de los sentimientos, que no se pueden traducir en números y cifras. Los hace reflexionar sobre cómo los niños pueden seguir comprendiendo valores universales, como el respeto y la amistad y al hacerlo, los adultos, más bien ocupados en aumentar su productividad y en conseguir nuevos beneficios, pueden volver a descubrir virtudes como el amor y la preocupación por los demás, a menudo pasadas por alto en la sociedad cotidiana. “El autor actúa como un sabio psicólogo que con mucho cuidado caracteriza los personajes con actitudes cercanas a las de los hombres: el rey codicioso y maníaco, el narcisismo del vano, oculto en cada uno de nosotros, el borracho hipócrita y dependiente, el hombre de negocios con corazón de piedra, obsesionado con el trabajo y la posesión, el geógrafo, que representa la especulación y la explotación sin alma de la tierra o el farolero, el hombre sin libertad y que sufre las imposiciones y las órdenes sin descanso, engañado por la seguridad contingente y asustado por la posibilidad de un futuro incierto”. [Chinappi, Andrea, *Ibidem*.]

<sup>105</sup> *Ibidem*.

La inocencia, tras su contacto con la experiencia, se convierte en ingenuidad y de esta se aleja para desarrollar su potencial hermenéutico, retórico y comunicativo.

El niño y el aviador son las dos caras simétricas y opuestas de la vida de una persona: la infancia y la edad adulta, la ingenuidad y el conocimiento, la inocencia y la experiencia<sup>106</sup>.

### 2.2.1.1 Ingenuidad cronológica

La *ingenuidad cronológica*, a lo largo de esta investigación, corresponde al momento en el que el concepto mismo de ingenuidad puede confundirse más con el de inocencia, una situación transitoria, donde el riesgo de “*intoxicación cultural/semántica*” con rasgos propios de la personalidad del niño inocente, por los vínculos biológicos que todavía no se han resuelto, está muy elevado.

La inocencia, que refleja la falta de experiencias y de conocimientos, que se sustituye con la fantasía y la imaginación, a través de un proceso evolutivo/formativo, desaparece o se transforma en algo diferente.

De la misma manera, la *ingenuitas* cronológica –algo transitorio, que refleja una condición que no se ha desarrollado por completo o una situación temporal definida y delimitada, una vez librada de su vínculo con el tiempo, desaparece convirtiéndose en astucia o se transforma en ingenuidad, entendida como rasgo de la personalidad del hombre libre, cándido y que, a pesar de haber sido sacado de su inocencia natural para vivir en una sociedad, ha mantenido su autenticidad.

Por estas características, es un aspecto temporal de la ingenuidad que se manifiesta principalmente durante la infancia y deja algunos rastros en los jóvenes, por el hecho de que, aunque atraídos por la fascinación de lo nuevo que les espera, siguen atrapados, sin darse cuenta, en los recuerdos de aquel mundo sin responsabilidades ni obligaciones donde los adultos les habían relegado.

El proceso de desarrollo de la personalidad comporta el sacrificio de la inocencia, que había dominado el período infantil, abandonar la sexualidad ingenua de la infancia y dejar aquel lugar incierto y enigmático del juego.

---

<sup>106</sup> *Ibidem*.

### 2.2.1.2 Ingenuidad originaria

Dentro de esta investigación, la *ingenuidad originaria* corresponde al conjunto de los aspectos característicos que pueden atribuirse a la *ingenuitas*.

En los niños y en los jóvenes, se manifiesta a través de la transgresión, la irracionalidad, de formas expresivas y argumentativas que los identifica como miembros de una comunidad y que reflejan la falta de segunda intención, de compromiso y, por lo tanto, la esencia de las cosas.

En la edad adulta, la *ingenuidad originaria*, sobrevivida a los cambios que se han producido durante el paso de la infancia a la adolescencia –que han supuesto la pérdida de la inocencia y de la ingenuidad cronológica–, se manifiesta en la capacidad de recuperar la curiosidad originaria y el deseo de exploración de la realidad, con la misma ilusión y la misma sinceridad.

Superando los miedos y evitando la cautela paranoica de aquellos que temen dejarse conducir por el corazón en lugar del cerebro, el adulto ingenuo desarrolla una especie de sabiduría, que genera confianza y lo distingue de los demás.

Al igual que el niño, un adulto pone su ingenuidad como garantía de la autenticidad de sus pensamientos y de su actitud al ver el mundo, entre el ingenuo y el sentimental, sin la necesidad de encontrar los beneficios, ni las razones que puedan justificar un interés por las cosas, que vaya más allá de la ilusión de haberlas encontrado.

En los adultos, la maravillosa y abrumadora ingenuidad de los niños debería corresponder a aquella honestidad interior que vamos buscando en esta caótica y confusa sociedad de la comunicación y el regreso a una relación más minimalista con la realidad.

Finalmente, creo que podría definir la ingenuidad originaria como la manifestación de ese vínculo con lo que significaba ser niños en ese contexto que era la infancia, en el que todos se reconocen a sí mismos como si hubieran pasado, pero que pocos recuerdan, como la única oportunidad, el único lugar donde tuvieron la posibilidad de expresarse, de transmitir sus pensamientos y dar forma al mundo en total libertad y según sus propias ideas.

A través de una breve incursión en el mundo artístico, literario y de la cultura, intentaré profundizar en cómo ha evolucionado y se ha expresado este vínculo con la ingenuidad originaria, basándome en ciertas *funciones* que, en mi opinión,

pueden ayudar también a entender cómo se pueda desarrollar esta relación y también para justificar la idea de una Retórica de la ingenuidad.

Las “funciones” a las que me refiero son principalmente cuatro: la función inspiradora, la expresiva, la económica y la persuasiva.

- **La *función inspiradora***

La ingenuidad originaria, entendida como hermenéutica –como capacidad de comprensión y de interpretación de la realidad–, pero también como herramienta útil para poner en marcha procesos comunicativos más auténticos ha representado una verdadera fuente de inspiración.

Además, fue todo un impulso para expresar y evocar las emociones en su aspecto verdadero, como se presentarían a los ojos de un niño, sin mediación ni alteración por parte de algo y/o alguien.

Entonces, se podría decir que la ingenuidad originaria ha inspirado y permitido la manifestación de una libertad intelectual, vaciada de los límites impuestos por la tradición y la sociedad, estimulando la atención sobre el asombro como tal.

La capacidad de entusiasmarse llega a ser una herramienta para ver el mundo como si fuese la primera vez, una capacidad que, en su expresión más originaria, es algo propio de los niños e incluso de los locos.

Palabras e imágenes son armas que producen escándalo, indignación y utilizadas para subvertir prácticas literarias, artísticas y sociales.

A través del *logos* se suprime la censura impuesta por la razón y se deja que lo imaginario, lo onírico permitan al espíritu libre del hombre expresarse a través de nuevas formas y traer beneficios y satisfacción con lo que hace.

Y es así, que el arte naïf, el arte ingenuo, el surrealismo y las vanguardias en general se han hecho inspirar por esa ingenua y al mismo tiempo genial habilidad de representación de la realidad.

La Literatura también se ha inspirado en ella a la hora de definir el carácter de sus personajes y cuentos, para asegurarse una adhesión más amplia de público, consciente del hecho de que se puede llegar con menos esfuerzos a un número más grande de lectores, “jugando” con las emociones...

Así que, como para el Arte y la Literatura, también en la Cultura en general se han encontrados rasgos y modalidades expresivas típicas de la ingenuidad primitiva, la misma ingenuidad que, por ser:

osada y se atreve a atravesar un poco ciegamente la nube luminosa del escepticismo, el relativismo, el particularismo y el pluralismo que nos rodea, y a alargar su mano confiadamente hacia la objetividad de las cosas mismas. Y como lo objetivo es aquello que todos comparten, la ingenuidad abre el camino a una experiencia universal.<sup>107</sup>

Finalmente, en la Retórica la *función inspiradora* podría quizás coincidir con la fase de *intellectio* y de *inventio*, en la elección de la *res* que irán desarrollándose, encontrando sitio y transformándose en *verba* durante la construcción del discurso, por el hecho de que, en esta etapa el sujeto buscaría argumentos que son persuasivos por ser auténticos, evidentes en su realidad originaria.

#### ▪ **La función expresiva**

La inspiración se expresa en los argumentos que se van a tratar, siempre y cuando representan las cosas, así como son en su objetividad.

El Arte plástico, por ejemplo, consiguió este reto y lo hizo evidente en su producción, a través de la realización de obras que expresaban libertad, sencillez y espontaneidad, dejando que la ingenuidad se plasmara, por medio del espíritu libre del hombre, como momento de fusión entre lo real y lo imaginario, para expresar mayor cercanía a la realidad verdadera.

---

<sup>107</sup> GOMÁ LANZÓN, Javier, *Ingenuidad aprendida*, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2011, pp. 70-71. “[...] La ingenuidad que propongo como método –continúa el autor– y como emoción alternativos a la lucidez ha de conocer la verdad esencial que todas estas ciencias proponen, que se relaciona siempre, de un modo o de otro, con la ampliación de la subjetividad y con su liberación. Pero una vez conocida y asumida esa verdad, la ingenuidad indaga en ella los elementos y las condiciones para devolver a la realidad su seriedad perdida, en retirada durante todos estos últimos siglos de progresión incesante del subjetivismo. Ingenuidad no es ignorancia..., no es tampoco espontaneidad irreflexiva o mero voluntarismo. La objetividad a la que retornamos no es nuestra primera elección; optamos de manera consciente por ella sólo tras haber conocido las profundidades infinitas del yo [...] esa disposición básica me gusta denominarla *ingenuidad aprendida*, una que se adquiere sólo tras extenso aprendizaje y muchas aventuras...”, *Ibidem*, pp. 71-72.

Además, una actitud ingenua, cándida, un carácter sencillo y puro han ayudado muchísimo en la construcción del *ethos* de los personajes de los cuentos y de las historias que se han escrito a lo largo de los siglos.

En la Literatura, la ingenuidad originaria se ha expresado tanto en la descripción del carácter del personaje, como en los rasgos de su personalidad y en su capacidad de relacionarse con los demás.

Además, ha sido la expresión de la sensación de malestar, del deseo de autores que, cansados de tanta racionalidad y lógica, deseaban volver a una mayor sencillez de pensamiento, de lenguaje y de relaciones.

A través de la toma de posición de unos escritores, a partir de los siglos XVIII y XIX, la denuncia de la marginación social y de las desigualdades en las que vivían los jóvenes fue también una manera de justificar el retorno a la objetividad originaria, a una visión infantil e ingenua de las cosas, para que el ser humano pudiera recuperar la posesión de sus emociones y empezar una nueva manera de construir relaciones verdaderas, basadas en lo evidente, el objetivo que genera confianza y voluntad de diálogo.

La necesidad de ponerse en contra de algo y/o de alguien, de distinguirse de los demás, de mostrar su verdadero perfil y por cierto la auténtica individualidad de los participantes en los movimientos culturales, literarios o artísticos que se han acercado a la ingenuidad como fuente de inspiración, son expresión de una actitud ingenua y libre de acercarse a los fenómenos.

La tarea principal de la *Retórica de la ingenuidad*, en este momento, sería entonces la de recuperar la capacidad de considerar la realidad que nos rodea en su esencia primitiva, centrándose más en lo evidente y no en el beneficio que se podría sacar de un uso diferente del mismo.

Recuperar una mirada ingenua, simplificar la representación del mundo e interpretarlo como lo haría un niño, no significa descalificar la capacidad cognitiva del ser humano, sino intentar traer los participantes, los contextos, los lenguajes y las formas de utilizarlos a un nivel que sea el más auténtico posible, de modo que se puedan superar las paradójicas dificultades de comprensión/interpretación entre los demás y re-introducir un diálogo sincero, sin segundas intenciones.



## ▪ ***La función económica***

Antes, la prensa, la radio, la televisión, ahora, la red e Internet, para conquistar un número cada vez mayor de seguidores y hacer que se aficionen a su producto, utilizan estrategias comunicativas, tal vez engañosas, manipulan informaciones, para adaptarse a diferentes contextos, al cambio repentino de situaciones y de costumbres, llegando a todos los rincones de la tierra.

Aprovechándose de la ingenuidad originaria del hombre, los medios de comunicación masiva, que tienen el monopolio de la información, han influido sutilmente en la implantación de una idea de mundo y de sociedad, donde todo es posible y todos tienen voz.

En realidad, la democracia digital, que se sirve de la ingenuidad para conseguir beneficios que van más allá de los derechos de expresión del hombre y coinciden más bien con las oportunidades económicas que pueden resultar de ella, ha hecho un uso instrumental/económico del potencial persuasivo que le pertenece a la ingenuidad, entendida como expresión de la libertad del hombre.

El negocio de la publicidad, construida sobre la inversión mediática de las emociones o mejor dicho la explotación de las mismas, junto a la retórica publicitaria han sabido construir una red de relación de dependencia mutua entre el productor del objeto, las modalidades para obtenerlo, el usuario y el entorno en el que se realiza este intercambio.

Es cierto que, desde hace tiempo, los profesionales de la comunicación y de la información han sido conscientes del potencial persuasivo de la ingenuidad y de ella se han servido para poner en acto toda una serie de estrategias y protocolos sobre los que se habrían construido los mecanismos que dan lugar a la persuasión. Las imágenes de niños, la presencia de jóvenes y adolescentes en los anuncios publicitarios, la espontánea ilusión de una niña pequeña, frente a la lluvia que le cae por encima, que se transforma en una danza irrefrenable..., son ejemplos de uso de rasgos propios de la ingenuidad.

Entonces, la ingenuidad originaria se utiliza con la intención de introducir en el contexto comunicativo personajes, discursos, entornos que sepan después transmitir confianza y facilitar los procesos que traen beneficios económicos.

Por un lado, es una herramienta para conquistar a un público siempre más heterogéneo y exigente y que es el espejo de una sociedad donde predomina una clara tendencia al *infantilismo* de los adultos y una *adultización* de los pequeños. Por otro lado, la ingenuidad originaria, expresándose a través de una argumentación y un lenguaje “simplificado”, lleno de metáforas, similitudes y otros dispositivos retóricos –y que, a pesar de la ortografía, la gramática y los errores sintácticos, es todavía persuasivo–, puede acercarse a un público más amplio de consumidores.

Además, el descubrimiento y reconocimiento de la infancia como etapa del crecimiento evolutivo del hombre, que tuvo lugar desde finales del siglo XVII, si en algunos aspectos introdujo una nueva realidad –la de los niños como “sujetos de derechos”– a la que se comienza a prestar atención, para estudiar sus comportamientos, emociones, para entender sus hábitos, gustos y preferencias..., hay todavía que reconocer que, por otros aspectos, ha facilitado el trabajo de los que los han utilizado con fines económicos.

No resulta nada extraño hablar de una explotación de la imagen de la realidad infantil, desde su reconocimiento e incluso hasta hoy, para conseguir una ganancia. En poco tiempo, la infancia ha atraído la atención de los productores de bienes de consumo y, por lo tanto, en la sociedad contemporánea aparece el *niño economicus*, como consumidor y como medio para hacer publicidad de algo, transformando de hecho los deseos en necesidades.

#### ▪ **La función persuasiva**

Es la función a la que se pondrá particular atención, a la hora de explicar como aplicar la *Retórica de la ingenuidad*, como técnica para escribir discursos y también como metalenguaje, para interpretarlos.

A través de la credibilidad del personaje, se consigue la *captatio benevolentiae* y la adhesión del público a las ideas, las propuestas, los pensamientos del emisor.

Establecida la confianza, el camino hacia la persuasión se hace más fácil, por el hecho de que la audiencia estará bien predispuesta a aceptar como convincente lo que acaba de “recibir”, por parte de alguien que, a través de su discurso, sus

palabras, su manera de argumentar y de relacionarse, deja entrever su verdadera cara, su actitud auténtica y sobre todo la convicción de lo que está transmitiendo. Sin embargo, esta potencialidad se ha utilizado principalmente con el intento de obtener algo –sea el comprar un libro, un videojuego, un nuevo aparato electrónico, una marca específica de ropa, apuntarse a algo, seguir a un partido político...–, y no para intentar mejorar el nivel de la comunicación y las modalidades de transmisión de la información.

La razón principal, como hemos visto antes, de esta costumbre es la de considerar casi siempre la ingenuidad del sujeto en su significado peyorativo –como rasgo del ingenuo, del crédulo– y sobre todo cuando está en su posición de receptor y, en consecuencia, se ha utilizado como instrumento para convencerle fácil y sencillamente, de las cosas y para que actúe de una determinada manera.

A través de esta investigación, es mi intención demostrar como la ingenuidad podría ser una herramienta a disposición del sujeto –en su función de emisor–, para que, a través de esta capacidad que le asigna la naturaleza, pueda transmitir mensajes e informaciones que sepan expresar argumentos auténticos de manera clara, pertinente y que se abran a un diálogo real, que va mucho más allá de un “*I Like*” en las redes sociales.

En mi opinión, usar la *ingenuitas* humana, entendida como expresión de la libertad del hombre, en su función persuasiva –como “artificio” retórico– como visión original y también como capacidad de interpretación del mundo y de las cosas, podría ayudar a *reeducar* a “escribir” textos como en la comprensión de los mismos y de los mensajes que enviamos y recibimos a la vez.

Podría también ayudarnos a *re-introducir* –asumiéndose el riesgo de ser considerados “fuera de la realidad”–, la verdad, la claridad y la comprensibilidad en lo que se produce y se transmite, centrándose en lo que es evidente, en el objetivo, en lo que es así porque así se ha generado: por decirlo simplemente, es decir las cosas tal como son y no como nos gustaría que fueran.

Además, podría contribuir a acostumar a la masa de usuarios de la comunicación a *reutilizar* el lenguaje, aunque simplificado, para argumentar a través de *verba* que expresen la *res* en su originalidad y a hacer comprender las trampas en las que se puede caer sin una adecuada formación en el uso de un arma tan potente como la palabra.

## 2.3 La ingenuidad en el Arte

*Ars- artis*, un concepto que incluye en sí mismo todas las creaciones realizadas por el hombre, con la intención de expresar su idea acerca del mundo tangible, sus emociones, percepciones y sensaciones, sirviéndose de diferentes recursos, que pueden ser plásticos, lingüísticos o sonoros.

Una manera de deshacerse de vínculos y reglas que impiden la expresión libre del yo más íntimo, de dejar que se manifieste el *genio*, facultad que permite al hombre dar a conocer su visión de las cosas, sus emociones, su relación con su naturaleza y su rol en la sociedad.

A partir de la segunda mitad del siglo XIX, se empieza a discutir, con una cierta frecuencia, sobre el tema del genio.

Benedetto Croce (1866-1952), un escritor, filósofo y crítico literario italiano trató de explicar qué representaba en realidad ese genio/genialidad, sosteniendo que cada hombre “*posee cierto grado de genialidad y que dicha genialidad coincide con una originalidad –en su respuesta a las preguntas de la vida– propia del hacer y del pensar humanos*”<sup>108</sup>.

En la historia del desarrollo del concepto de *in-gen-io*, como medio para expresar la genialidad artística, voy a situar también el de *in-gen-uus*, no sólo por compartir prefijo *–in*, con significado de estar dentro– y el sustantivo *genus* –que tiene su derivación de la raíz indoeuropea *gen*, que significa el acto de crear, dar a luz, generar–, sino más bien porque las dos palabras, según mi opinión, representan muy bien la capacidad para inventar o solucionar algo rápida y fácilmente e incluso el momento en el que se realiza la unión entre lo material y lo espiritual, lo real y el sueño, el espacio donde lo universal y lo individual, lo subjetivo y lo objetivo se encuentran.

El *ingenio* –asociado con la capacidad de generar y que expresa la facultad productiva del intelecto humano–, junto con el *genius* –que es la expresión de la originalidad de los pensamientos–, se une a la *ingenuidad* –rasgo del hombre libre y cándido y expresión de lo evidente que son las cosas– y, a través de esta unión, se produce “material” persuasivo, por ser auténtico.

---

<sup>108</sup> CROCE, Benedetto, *Indagini su Hegel e schiarimenti filosofici*, Bari, Laterza, 1967, pp. 155-159.

*Ingenio e ingenuidad*, los iremos asociando a la intuición, la creatividad, la pericia o la aptitud para desarrollar con éxito y de manera auténtica cualquier situación y también seguiremos considerándolos como rasgos que pertenecen a aquel mundo –la infancia– al que los románticos querían volver y que consideraban como la solución para deshacerse de la interferencia de la razón.

La herramienta a disposición del artista surge entonces del ingenio del ser humano, de su capacidad de inventar y crear algo y, al mismo tiempo, de su idea acerca de su entorno y que luego se manifiesta en el producto final.

La ingenuidad, por su capacidad de expresar el lado auténtico del ser humano, siempre ha tenido una relación muy especial con el Arte.

Desde siempre, ha habido una interconexión que ha permitido, a través de los artistas, la realización de un diálogo entre mundos imaginables y sus representaciones más verdaderas, a través de lenguajes y de materiales que se entrelazan, se mezclan y se plasman con el objetivo de crear significados auténticos. Es una vuelta a aquel estado de naturaleza en el que todo sigue así, como se ha generado y que no ha sido manipulado por la intervención de algo/alguien.

En esta tesis, no se pretende hacer historia del arte, sino tomar en consideración, sólo a mero título informativo, aquel arte, aquellos movimientos artísticos que, según mi opinión, han hecho abiertamente de la ingenuidad una fuente de inspiración y además una modalidad de comprensión e interpretación de la realidad, en particular: el romanticismo, el arte naif y la vanguardia.

Fue especialmente el siglo de los románticos el que más expresó un interés muy fuerte por la ingenuidad como herramienta fundamental para conseguir la persuasión, por su capacidad de interpretar de forma diferente la idea del mundo y de la sociedad.

A lo largo del llamado Romanticismo, todo lo que tenía relación con lo *objetivo*, llega a ser el *ideal* desde el que extraer la energía para luchar y deshacerse del tiempo presente, del dominio de la razón, que es la expresión del progreso tecnológico y del alejamiento del ser humano de su naturaleza originaria.

El *reencuentro* con la simplicidad y la autenticidad es entendido como una segunda oportunidad que se le ofrece al hombre, para desengancharse de tanta lógica y de los por qué de las cosas, a favor del asombro y de la ilusión *de poder ser de otra manera*.

Sin embargo, la negación del presente coincide con la afirmación de la posibilidad de vivir ideales perdidos, dar vida en los sueños, en los cuentos, “*a mundos y épocas anteriores, ajustándolos a sus necesidades y deseos. [...] En cualquier caso, lo perdido o lo por hallar alientan sus esfuerzos y su lucha*”<sup>109</sup>.

La certeza de haber perdido el privilegio de vivir en aquella realidad, donde estaba permitido asombrarse –por haber puesto toda la confianza en la razón y la fe en el progreso–, les provoca la sensación de que algo les falta y esto es la causa de sus ansiedades y de añoranza de lo que ya no les pertenece.

La conciencia de ese mundo perdido por el hombre genera un sentimiento de melancolía que tiñe de tristeza e imposibilita el disfrute del presente.

De esta recreación de pasados idealizados surge la *conciencia de pérdida* característica del romántico<sup>110</sup>.

La gran equivocación, en la que se quedó atrapada durante muchos años, la sociedad moderna, fue la de haber reconocido la razón como única herramienta para la comprensión de la realidad y de haber considerado una forma de debilidad y de ignorancia el recurso a las emociones, los sentimientos y a los recuerdos.

Gente hay que se representa las épocas del progreso educativo de una nación en un orden harto peregrino. Se figuran que un pueblo yace primero abatido en bestial barbarie y salvajismo; que, después de algún tiempo, se siente la necesidad de un mejoramiento de las costumbres, y para ello tiene que ser formulada la ciencia de la virtud; que, para que los profesores de la misma hallen acceso a ella, se piensa en hacerla encarnar en bellos ejemplos, y por ello se inventa la estética; que a partir de entonces se elaboran hermosas representaciones de acuerdo con los preceptos de la misma, y con ello originase el arte; y que por último el pueblo, por medio del arte, es elevado al más alto nivel de cultura humana. Entérese esa gente de que todo -al menos entre los griegos y los romanos- sucedió en orden inverso. Estos pueblos se

---

<sup>109</sup> AGUIRRE ROMERO, Joaquín M<sup>a</sup>, “Niño y poeta. La mistificación de la infancia en el Romanticismo”, *Espéculo, Revista de Estudios Literarios*, Madrid, Universidad Complutense, 1998, núm. 9. Online en: <http://webs.ucm.es/info/especulo/numero9/ninoroma.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>110</sup> *Ibidem*.

estrenaron con la época heroica que, sin lugar a dudas, es la más alta que puede alcanzarse; cuando ya no tenían héroes en ninguna virtud cívica ni humana, los inventaron como figuras artísticas; cuando ya no eran capaces de crear arte, inventaron las reglas para ello; y cuando hubieron cumplido lo anterior, se corrompieron por completo<sup>111</sup>.

Y fue precisamente el rechazo de las normas impuestas –las que han llevado a la corrupción en la manera de pensar y de estilo de vida del hombre moderno–, lo que puso en marcha la revolución de las costumbres y de los pensamientos del hombre romántico, representada en la figura del *artista*, una persona que se esfuerza en marcar diferencias, alguien cuya única ocupación es ser distinto.

*Je suis un autre*, soy otro: una característica que habría justificado su diversidad y protegido su genio.

La sociedad, así como ha quedado reducida, es el enemigo desde el que hay que alejarse, por sus intentos de manipulación y por representar la corrupción y la causa de su deterioro.

Para la sociedad, no resultó fácil aceptar esta nueva forma de pensar la vida y luego no se quedó mirando y reaccionó.

Por esta razón, casi por despecho, empezó a construir y difundir el estereotipo del *seudo-artista*: ese personaje que trata de expresar su *alteridad*, su diferencia con los demás, como algo que lo hace mejor.

En realidad, la sociedad quiere convencer a los demás de que esta diversidad es un rasgo de un personaje inauténtico, una simple apariencia externa y tiene la actitud propia de quien se *esfuerza* y no de quien *quiere ser diferente* por sus ideas, maneras o por su forma de vida.

Un ataque en plena regla, que intenta sustituir la imagen del artista –como ejemplo de hombre libre, dueño de su destino y consciente de que cualquier tipo de su intervención en la sociedad pudiera representar aquel contraste–,

---

<sup>111</sup> KLEIST von, Heinrich, “Consideraciones sobre el curso del mundo”, *Sobre el teatro de marionetas y otros ensayos de arte y filosofía*, trad. cast. Riechmann Jorge, Madrid, Hiperión, 1988, pp. 49-50. Nota citada en: AGUIRRE ROMERO, Joaquín M<sup>a</sup>, *art. cit.*, 1998.

con la de los que amaban vivir la noche, los borrachos, los incapaces de producir cualquier cosa útil, en una palabra: los de la *bohemia*<sup>112</sup>.

La búsqueda de la ingenuidad perdida y el deseo de volver a aquella dimensión, a aquella etapa del desarrollo humano, que los románticos identificaron con la infancia, se expresó magistralmente a través del arte literario, donde la genialidad artística se ha entrelazado con la necesidad de ingenuidad y de un retorno a una mayor sencillez en las formas, en el lenguaje y en la narración de los hechos.

El mundo artístico – en particular las artes plásticas– reconoció el potencial persuasivo de la ingenuidad humana y supo utilizarlo como herramienta hermenéutica e incluso razón inspiradora de sus obras.

*Ethos, pathos y logos* vuelven a trabajar juntos y se manifiestan plasmándose en productos que están para provocar, para denunciar, pero también para que el hombre no se olvide de su naturaleza originaria y no se deje condicionar por informaciones manipuladas y/o por falsas ilusiones.

A mediados de 1900, el poeta francés André Breton, después de un viaje a Haití se quedó particularmente atraído por el arte expresivo, por la obra de los pintores haitianos que, a través de sus trabajos, aunque ingenuamente, expresaban la liberación del espíritu interior y del yo más íntimo y auténtico del hombre.

En los últimos años, se ha asistido a muchos debates sobre lo que llaman el arte ingenuo, *the outsider art*, el arte indisciplinado..., en el que el “artista ingenuo”, el *naïf*, el *naïves*, propio por su naturaleza libre y cándida, ha puesto al servicio del arte, casi como *ancilla artis*, su ingenuidad y el *genio* que le pertenece.

Las cualidades del ingenuo se han expresado a través de la creación de obras magníficas y tan impactantes, que no habrían tenido el mismo efecto si no hubieran sido el resultado de un arte libre y sincero, expresión de los sentimientos en estado puro y de las auténticas debilidades humanas.

Un arte que se desarrolla lejos de los cánones de la preceptiva clásica de la perspectiva, que no está incluido en un contexto histórico definido y que puede surgir en cualquier momento y en cualquier lugar, de la nada, como expresión del más cándido subjetivismo y del *kairós* –el tiempo de la ingenuidad–, que conoce y al mismo tiempo desconoce y desprecia lo institucionalizado, que representa un

---

<sup>112</sup> AGUIRRE ROMERO, Joaquín M<sup>a</sup>, *art. cit.*, 1998.



anarquismo normativo, casi una rebeldía frente a lo que es aceptación de reglas o costumbres y el momento justo en el que todo esto tenía que suceder.

La naturaleza, las personas, las costumbres familiares, los animales domésticos o salvajes, el transcurrir del tiempo, que todavía coincide con la “noción ingenua” del tiempo, por no ser una secuencia de eventos y por su estar fuera de un espacio definido, constituyen los tópicos de la sociedad *naïf*.

Todo esto, sin ninguna pretensión de ganancia y de éxito, una representación de la realidad evidente y de la escondida, la que sale a la luz a través de la exploración del mundo de los sueños y de lo inconsciente.

Espontaneidad y frescura son las dos cualidades que mejor definen el arte ingenuo por el hecho de que *lo percibido* es, precisamente, espontáneo, auténtico y sin artificios y *lo realizado* refleja la sencillez de los pensamientos donde se originó.

Escribía Denis Diderot: “*Todo aquello que es verdadero no siempre es ingenuo, pero todo aquello que es ingenuo es verdad, con una ingenuidad picante, rara y original*”.

Más allá de lo infantil, de la falta de pautas y principios teóricos a los que referirse y de la sencillez que caracterizan las obras ingenuas, es muy difícil no reconocer que, sin embargo, estas obras han alcanzado plenamente su objetivo, que es el de expresar y evocar emociones, así como se presentan al autor, sin mediación ni alteración ajena, y finalmente se han asegurado la simpatía y la aceptación del público.

Una empatía para la espontaneidad que ha facilitado el acercamiento al arte primitivo de otras corrientes artísticas, con las que la ingenuidad sigue siendo relacionada.

Estas obras representan, en síntesis, la visión de una realidad tal como la expresaría y la contaría un niño; un mundo inteligible lleno de imaginación, colores, creatividad, donde no existe, por lo menos en situaciones de normalidad, conflictividad ni maldad, que modifica la verdadera esencia del mundo real, a través de un pincel.

En un cierto sentido, los pintores ingenuos haitianos habían conseguido lograr aquella libertad intelectual, liberada de los límites impuestos por la tradición y la sociedad, que fue una de las razones del nacimiento del movimiento surrealista.

Al grito de: “*sólo lo que es asombroso es bello*”, como se matizaba en el primer *Manifiesto del surrealismo*<sup>113</sup>, los surrealistas centraron su atención sobre el asombro como tal, una herramienta para ver el mundo como si fuese la primera vez, una capacidad que, en su expresión más originaria, es algo que les pertenece a los niños e incluso a los locos.

Palabras e imágenes son armas para producir escándalo, indignación y para subvertir prácticas literarias, artísticas y sociales.

Suprimiendo la censura impuesta por la razón y dejando que lo imaginario, lo onírico permitan al espíritu libre del hombre expresarse a través de nuevas formas y traer beneficios y satisfacción con lo que hace facilitando así la unión entre lo real y lo soñado.

Este proceso no es, sin duda alguna, un alejamiento de la realidad a favor de un mundo hecho de ingenua imaginación, de inocencia y de falta de competencias.

Es más, la aceptación consciente de que, a través de la ingenuidad originaria –que permite una descripción y una representación libre, sin coacción por parte de algo o alguien– y del impulso creador de los sueños, la visión de la realidad podría asumir aspectos diferentes, quizás más auténticos y verdaderos.

Con esta breve digresión entre las formas artísticas que han asignado a la ingenuidad un rol decididamente positivo en el proceso de creación e interpretación de lo realizado, que han considerado la ingenuidad como instrumento de expresión auténtica del espíritu libre del hombre –como rechazo de las limitaciones impuestas por la jerarquía, como momento de fusión entre lo real

---

<sup>113</sup> El Manifiesto surrealista (*Manifeste du surréalisme*), cuya primera edición tuvo lugar en 1924, conocería dos publicaciones más en 1930 y 1942, fue redactado por André Breton, y firmado por aquellos que “*hicieron acto de surrealismo absoluto*”, como Louis Aragon, Paul Éluard, Joan Miró y otros más, después de su ruptura con el padre fundador del Dadaísmo, Tristan Tzara, representó el nacimiento oficial del surrealismo. Fue un movimiento literario y artístico, cuya finalidad era transformar la vida, liberar la mente del hombre de todas las restricciones que, como la religión, la moralidad, la patria, la familia, habrían podido esclavizarla y también una teoría del conocimiento, que representaba una síntesis entre las teorías psicoanalíticas de Freud y la fenomenología del espíritu de Hegel, de la que surgió, de una forma bastante espontánea, también una ideología política. El poeta Breton, como escritor del Manifiesto, por un lado, el director de cine Luis Buñuel, con sus dos películas, las cuales son reconocidas como las expresiones más completas del surrealismo visual, *Chien Andalou* y *L'âge d'or*-, escritas con la colaboración de un joven Salvador Dalí –que no tardó mucho en alejarse de los surrealistas, por el contraste con el cineasta, a causa de su rígido anti-clericalismo–, por el otro, dan fe de que el surrealismo fue extendiéndose entre las humanidades y no sólo, además de atestiguar cómo iban configurándose los principios que apoyaban, tras la participación de artistas, músicos, escritores, directores de cine, políticos..., generando una revolución en el logos, como forma de pensamiento y del logos, como lenguaje en todas sus facetas, aportando nuevas técnicas de composición e interpretación de la realidad en general.

y lo imaginario—, también se intentó aclarar la confusión que continúa produciéndose entre el término ingenuo e inocente, por lo menos a nivel artístico. La inocencia se relaciona con la falta de conocimientos y técnicas, no tiene relación con lo institucionalizado porque es algo demasiado complejo para ella, y por estas y otras razones más, es un atributo que bien se asocia a la infancia.

En cambio, la ingenuidad, que no es falta de herramienta ni de competencia, es una actitud que permite al artista romper y desconocer las instituciones y la referencia a la preceptiva clásica, y por eso, confía más en la libertad que le proporciona la genética y que le permite conseguir el reconocimiento por parte de una audiencia, aquella *captatio benevolentiae* que está en la base de la persuasión.

Un inocente, a través de la experiencia, aprende cosas que re-utiliza para progresar en su desarrollo físico y psíquico, llegando a llenar aquellas lagunas, por las que es considerado “inocente”: la inocencia se relaciona con la falta de experiencia.

Mientras tanto, el ingenuo, que ya ha pasado por la experiencia y que bien la conoce, es él que, tras su paso por lo experimentable, decide acercarse a eso de una manera distinta de los demás.

A partir de esta última consideración, no se puede no reconocer a la ingenuidad un significado positivo, que nos recuerda aquello que, en los diccionarios de la lengua de la Real Academia Española<sup>114</sup>, aparece como ingenuidad originaria o incluso *Ingenuitas Legalis*, que en el derecho civil corresponde al que nació libre y no ha perdido su libertad.

El Arte nunca ha pensado en la ingenuidad como actitud del crédulo, del inocente, como algo que aporte un significado negativo a lo que se le asocia; no se ha centrado exclusivamente en analizar la recepción del mundo por el ingenuo, considerándolo por lo tanto como un receptor pasivo, fácilmente influenciable por los demás y, en particular, juzgable por su actitud, sino más bien como un valor adjunto, una capacidad de despertar los sueños y estimular la creatividad.

A través del Arte, el ingenuo se convierte en protagonista, creador y productor a la vez de significados; crea las condiciones para el diálogo entre lo real y lo irreal, produce ideas que, gracias a su ingenuidad, toman forma sin coacción alguna, por ser la expresión libre del yo verdadero.

---

<sup>114</sup> VALENZUELA, Fernando, *art. cit.*, 2013, p. 138.

El arte ha sido capaz de interpretar la ingenuidad como un recurso, una herramienta para llegar a los rincones más ocultos del alma humana. Un medio, también, para revelar estos secretos, sirviéndose de las más variadas formas de expresión disponibles para el hombre, para que puedan ser compartidos tal como son, sin un segundo fin y sólo para que quede evidente lo que se esconde detrás de las apariencias.

Una interpretación de la realidad, de acuerdo con los cánones de la ingenuidad, que ha hecho posible ver la desnudez del emperador y no las llamativas ropas y los tejidos de lujo, ya que, a diferencia de la mayoría, el ingenuo es capaz de ir más lejos y no le queda muy bien cumplir con la hipocresía de los demás, por el hecho que no le convence ni le interesa.

Algunas formas de arte empezaron a darse cuenta de que la ingenuidad poseía un poder creador, que identificaron en la expresión *libre y consciente* de la visión de la realidad y de allí reconocieron al ingenuo el papel de *productor/emisor* de textos y/o mensajes.

De esta manera, a la hora de dar forma a sus capacidades expresivas, el ingenuo-sujeto se pone en condición de ser evaluado, por su manera de argumentar, por su dominio del medio, por la disposición de los objetos en la realidad y por el efecto y la reacción provocadas en una audiencia frente a ese producto.

Otros sectores de las llamadas humanidades, en contra, no han sido capaces de exponerse plenamente a este *cambio de mirada*, que reconocería una función persuasiva a la ingenuidad.

Se han fijado menos en considerar cómo *perciben* los ingenuos y cómo esta visión libre de las cosas y su originalidad descriptiva y expresiva pueda, tal vez, afectar al proceso comunicativo en general.

Su atención se ha centrado mucho más en cómo *reciben* y reaccionan los ingenuos frente a lo que viene desde afuera, lo que los expone al juicio de los demás.

Es decir, se aprovecharon más de los efectos persuasivos de la *ingenuidad refleja*, los que surgen de una actitud ingenua, en lugar de aquellos que le atribuye la *ingenuidad originaria*.

## 2.4 La ingenuidad en la Literatura

La literatura ha dedicado mucho espacio a la figura del ingenuo, teniendo en cuenta la ingenuidad como una cualidad, una característica específica de la persona franca y sencilla, en conformidad con su significado etimológico originario, pero también de la ingenuidad como reflejo de una actitud ingenua, introduciendo de hecho la *ingenuitas* en el espacio literario.

Su relación con el mundo de la literatura ha sido principalmente condicionada por la presencia del personaje ingenuo, de lo que interpreta un ingenuo, así como de aquel que se sirve de su inocencia para lograr algo o que se aprovecha de la ingenuidad de los otros, para conseguir beneficios.

Se considera la ingenuidad en referencia a la persona que actúa como un ingenuo, una actriz que interpreta el papel de joven inocente y pura.

La candidez originaria, que le pertenece por ser nacido *ingenuus*, no es objeto de discusión si se refiere a un joven o a un adolescente.

Las cosas cambian si hablamos de adultos ingenuos, porque en este caso lo que importa de verdad es el impacto que produce la imagen del adulto/ingenuo y su manera de interactuar en la sociedad.

Las características de la personalidad del ingenuo, que han sido matizadas por la literatura, los efectos de su comportamiento sencillo y puro han ayudado, desde el punto de vista cultural, a dar forma a una idea del personaje-ingenuo, definiendo, de hecho, un tópico.

Desde el punto de vista semántico, sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo XX, cuando el vanguardismo<sup>115</sup> empezó a agregar una referencia de género e incluir, en la noción de ingenuidad, a quien la utiliza “*para dar cuenta del comportamiento de otros; es decir, ingenuo en este sentido sería quien observa*”

---

<sup>115</sup> La vanguardia abarca todo lo relacionado con la experimentación y la innovación artística, literaria, política y cultural, que se ha desarrollado a lo largo del siglo XX. Se distingue por su libertad de expresión, que se hace posible sólo a través de una ruptura radical con los esquemas tradicionales, con los conocimientos encasillados en teorías rígidas que inhiben el poder creativo de la mente humana, aunque es más habitual considerarla como un contenedor de novedades provocadoras que se han expresado a través de diferentes corrientes estéticas (expresionismo, cubismo, futurismo, dadaísmo, surrealismo y otras más), que compartían la necesidad de investigar nuevas modalidades expresivas del espíritu libre, de luchar contra la tradición, jugar con los símbolos y con las reglas de la preceptiva clásica para dejar venir a la luz el mundo interior y secreto del individuo.

*que otro es cándido*”<sup>116</sup>, la literatura ha facilitado el paso a la acepción que más se asocia a la ingenuidad, como rasgo del hombre que actúa ingenuamente.

La “ingenua” y el “ingenuo” son personajes recurrentes en la literatura y en el cine y, en particular, la figura femenina ha sido la más asociada a la ingenuidad, desde sus primeras apariciones en la comedia y en las obras teatrales en general, para jugar el papel de joven guapa, dulce, sincera que, por su frescura e inocencia, a menudo cae en la trampa del falso héroe, que antes había idealizado.

*“Ya no se habla de ingenuidad en referencia a la mujer candorosa y franca: no es ella misma la ingenua, sino su representación por parte de una actriz”*<sup>117</sup>.

Las aventuras de todos los personajes que han surgido de los cuentos, de las novelas, de la poesía, que se han escrito durante siglos, en todo el mundo y en todos los idiomas que, a través de su actitud ingenua, de su manera de resolver las cuestiones y las dificultades de la vida diaria, han logrado captar la *benevolentia* de sus lectores, cumpliendo con su función persuasiva y justificando su relación con la Retórica, aunque, para unos cuantos de estos personajes, esas actitudes se relacionaban mejor con su inocencia.

Por otro lado, centrando el enfoque sobre la ingenuidad que se manifiesta a través de una conducta ingenua, en un cierto sentido, ha facilitado el acercamiento hacia el uso del significado semántico que en la actualidad se atribuye a la ingenuidad, aunque relacionado con su aspecto peyorativo, como sinónimo de inocencia.

La literatura, al centrarse mucho en el poder persuasivo de la conducta ingenua, que genera risas y ternura, ha ayudado a modificar la imagen que tenemos de la *ingenuitas*: desde el *ingenuus* al comportamiento ingenuo, de las formas ingenuas de ser, al portarse *como* un ingenuo.

Estos “cambios” han hecho posible que el público se acostumbrara a considerar la ingenuidad como sinónimo de debilidad, de torpeza, de credulidad o incluso de estupidez, acercándolo al uso que hoy en día se hace de este término.

Dejando a un lado los efectos que la literatura podría haber producido o no sobre el cambio de uso del sentido etimológico originario de la palabra ingenuidad, resulta interesante, para esta investigación, observar como, a lo largo de los siglos y en las diferentes culturas, si hubiera sido una característica tan poco adecuada para la vida en sociedad, la ingenuidad habría desaparecido desde hace tiempo.

---

<sup>116</sup> VALENZUELA, Fernando, *art. cit.*, 2013, p. 138.

<sup>117</sup> *Ibidem*.

En realidad, sigue despertando la curiosidad de los escritores y de los investigadores, que le reconocen este poder retórico.

En la literatura antigua occidental, la inocencia y la ingenuidad infantil conquistan el primer plano a nivel narrativo o encuentran un espacio, cuando sirven como estímulo para enfatizar el *pathos* de una secuencia narrativa específica.

A través de los cuentos homéricos y de los mitos, ha venido consolidándose, a primera vista, la idea de la existencia de un mundo perfecto, ordenado y armonioso, una realidad atemporal, donde sus habitantes están ocupados en defender su estado y posición social adquirida.

En el mito, sobre todo en la descripción del "niño divino", se aprecian los rasgos característicos de los pequeños, todos fundados en el principio del placer, como la creatividad y el ingenio –Dionisos inventó el vino y Hermes la lira, cuando eran muy pequeños–, la imprevisibilidad, la sensibilidad y la fuerza.

La infancia divina no es una etapa cronológica definida y puede durar para siempre, mientras que la terrenal tiene que luchar contra el inexorable paso del tiempo.

Así como, por medio del arte plástico, se trató de detener la fugacidad cronológica, esculpiendo en el mármol la idea de perfección y belleza, la *καλοκαγαθία*, representada por los cuerpos atléticos de los jóvenes, para que quedasen así para siempre, a través de los poemas, de los cuentos, se cantaban las hazañas de los jóvenes guerreros que luchaban vigorosamente para defender patria y familia, para asegurar la estabilidad y la paz en la sociedad.

A primera vista, una imagen perfecta e idealizada de la infancia y la juventud, en la que la vida del niño transcurre en armonía con la naturaleza, con la familia y con los dioses y que es admirada y elogiada por los adultos.

Este cuadro idílico, en realidad, oculta los verdaderos sentimientos y opiniones de los antiguos griegos *versus* los jóvenes: al amor y a la confianza incondicional entre las generaciones, se opone la envidia, el odio, la desconfianza y el temor de ser abrumados por ellos.

En la literatura griega, así como en la romana después, hay rarísimas circunstancias en las que aparezca un verdadero interés del autor por las cualidades del *infans*, el “sin palabras”, como *sujeto/protagonista*, propio porque su atención no estaba orientada al *νήπιος* –el niño– y si lo estaba, esta *presencia muda* habría ocupado

un espacio marginal, al borde de una situación narrativa con otros personajes mucho más importantes.

En realidad, lo que sí interesa es utilizar estas cualidades, para agarrar al lector y captar su interés, para denunciar las *consecuencias tóxicas* de estas potencialidades *in fieri* en la cultura y en la sociedad y para transmitir valores indiscutibles, relacionados con el mundo adulto.

El interés por la infancia y el reconocimiento de la originalidad y exclusividad de esta etapa de la vida, lo que implicaba hacerse cargo de su tutela y de su educación, se asienta sólo a partir de finales del siglo XVII, cuando empezaron a aparecer las premisas para la aceptación del concepto de “personalidad autónoma” del niño, como sujeto de derechos.

La finalidad principal de esta primera *literatura para la infancia*, aunque ni siquiera pensada para los niños y destinada a la oralidad, escrita para lectores adultos, para ser narrada, fue de *carácter pedagógico*.

El objetivo era transmitir valores éticos y morales, conocimientos, siempre mediados por el lápiz del adulto, estimular la imaginación y la fantasía, como *Les Contes de ma mère l'Oye* –Los cuentos de mamá oca<sup>118</sup>–, del francés Charles Perrault (1628-1703), publicados en Francia en 1697, *Los cuentos para la infancia*

---

<sup>118</sup> *Los cuentos de mamá oca*, –La bella durmiente, Caperucita Roja, El gato con botas, Cenicienta, entre ellos–, son una recopilación “revisiónada” y “depurada” de cuentos, inspirados en las narraciones de dichos y de historias de origen popular, que habían llegado a la ciudad a través de las niñeras y de las jóvenes, que prestaban sus servicios en las casas de las familias ricas y también muy cercanos – o, a lo mejor iguales, para ser la transcripción–, por estructura y estilo narrativo, a *Lo cunto de li cunti overo lo trattenemiento de peccerille* –El cuento de los cuentos o el entretenimiento de los pequeños–, del italiano Giovan Battista Basile (1570-1632), que tuvo el mérito de mantener en su narración rasgos de la oralidad –son escritos en dialecto napolitano– de la que esos cuentos populares habían surgido. A pesar de la muy limitada publicación de esta obra en Italia y de su casi completo desconocimiento fuera de los confines nacionales, por lo menos hasta los siglos siguientes, esta novela representó una fuente de inspiración para la descripción de los personajes y de las historias que entrelazan entre ellos y el mundo. Para profundizar en la figura de Perrault, véase: CALVINO, Italo, “Introduzione”, en *Charles Perrault. I racconti di Mamma Oca*, Torino, Ed. Einaudi, 1980. Para la historia de la literatura para niños en general, véanse: LUGLI, Antonio, *Storia della letteratura per l'infanzia*, Firenze, Ed. Sansoni, 1963 y MARRONE, Gianna, *Storia e generi della letteratura per l'infanzia*, Roma, Armando, 2002. Muy interesantes también las obras de: BOERO, Pino - DE LUCA, Carmine, *La letteratura per l'infanzia*, Bari, Ed. Laterza, 2010 y BESEGHI, Emy-GRILLI, Giorgia, (a cura di), *La letteratura invisibile*, Roma, Ed. Carocci, 2011.



y *el hogar* (1812-1815), de los hermanos alemanes Grimm<sup>119</sup> o los del danés Hans Christian Andersen<sup>120</sup>, entre otros más.

La inocencia de los personajes, su ingenio, su manera de expresarse empiezan a utilizarse, en su propósito persuasivo, como herramienta retórica, impulsando la publicación de cuentos, historias y novelas dirigidas a los pequeños, lo que contribuirá a enriquecer el patrimonio literario de la literatura para niños y además fortalecer el enraizamiento del concepto de infancia en la cultura.

Sin embargo, será el cambio cultural, que entre los siglos XIX y XX irá introduciendo poco a poco el reconocimiento de lo que llamamos *puerocentrismo* – lo que acredita la existencia de una realidad infantil, llena de inocencia, pero también de espontaneidad, curiosidad, intuición y de una capacidad que le permite captar la belleza de las quimeras y descubrir verdades sencillas–, el periodo de mayor producción literaria acerca de los niños y de sus aventuras en mundos fantásticos y surreales.

*Alicia en el país de las maravillas* (1865) de Lewis Carroll, *Las aventuras de Pinocho* (1883) de Carlo Collodi, *La isla del tesoro* (1883) o *El extraño caso del doctor Jekyll y el señor Hyde*, (1886) de Robert Louis Stevenson, por citar algunas, fueron sólo unas cuantas de las obras destinadas a la infancia que, a través de la exaltación de la fantasía, de la capacidad de comprender y solucionar problemas de forma distinta, han ayudado al proceso de asimilación, por parte de los adultos, no sólo de la existencia, sino también de la unicidad de la realidad infantil, que se expresa a través de su propias características.

---

<sup>119</sup> Los hermanos Jacob y Wilhelm Grimm, que pasaron a la historia como fundadores de la filología alemana, lograron también un éxito indiscutible para sus cuentos infantiles, procedentes de una larga labor de investigación sobre la lengua y su uso en los lugares que visitaron para recoger el “material” para sus cuentos, de las preguntas que hacían a la gente acerca de los cuentos que les contaban cuando eran pequeños y que se transformaron en *Los cuentos para la infancia y el hogar*, entre los más de doscientos recopilados por estos hermanos, a lo largo de 30 años de actividad, recordamos *Caperucita Roja*, *Blanca Nieves* y *los siete enanos*, *La oca de oro*, *Hansel y Gretel*, etc.. .

<sup>120</sup> El danés Hans Christian Andersen (1805-1875) fue poeta y escritor de cuentos infantiles. Todo el mundo ha conocido las aventuras del *Patito feo*, de *Pulgarcito* o de *la Sirenita*, entre los más de cien cuentos escritos a lo largo de su vida, gracias, también, a la adaptación cinematográfica que se hizo, años más tarde, de muchas de sus historias. A través de sus cuentos, Andersen intentaba transmitir una sensación de esperanza de un futuro mejor, en el que poder realizar los sueños y logró dejar a lado la presencia de lo mágico en las cosas, a favor de la imaginación: los objetos hablantes, como el soldadito de plomo o la bailarina de porcelana no son el efecto de una presencia mágica, sino que toman vida sólo en presencia de los niños, los únicos que saben despertar los objetos y hablar con ellos, a través del juego. Andersen estaba conectado al mundo infantil de manera constante y de este mundo surgieron las piezas literarias para niños más narradas, escuchadas, representadas a lo largo de la historia del hombre.

Las mismas características y los mismos valores que el hombre adulto, a través de los cuentos “para niños”, ha podido recuperar, después de haberlos olvidado, a causa de su implicación con la sociedad industrial y capitalista, que lo había alejado de su ingenuidad originaria y de aquel mundo, donde todo había empezado. Escribía Mark Twain, en el Prefacio de *Las aventuras de Tom Sawyer*:

Aunque este libro esté compuesto principalmente para solaz de muchachos y muchachas, espero que no por eso haya de ser desdeñado por la gente talluda, pues entró también en mi propósito el intento de hacer que los mayores recordasen con agrado cómo fueron en otro tiempo y cómo sentían y pensaban y hablaban, y en qué curiosos trances se vieron a veces enredados <sup>121</sup>.

Cómplice el reavivado culto a la juventud, a la ingenuidad y al candor, a través de los cuales habría sido posible una aproximación al estado de la naturaleza perdida “naturalmente” –con el paso de la infancia a la vida adulta–, e incluso “socialmente” –con el traslado del campo a la ciudad industrial–, muchos de los protagonistas de los cuentos publicados son “utilizados” también para denunciar desigualdades, abusos y comportamientos represivos, a los que una buena mayoría de ellos eran obligados a someterse.

A la inocencia y a la ingenuidad del niño se le reconoce un potencial retórico, para llegar a persuadir y convencer a los demás de la necesidad de un cambio de perspectiva.

Desde allí, en la novela moderna comienzan a aparecer niños y jóvenes que llegan a ser protagonistas y tal vez juegan el papel del héroe y la literatura va, poco a poco, asumiendo una función determinante, a la hora de denunciar el incumplimiento del respeto de la dignidad del menor de edad.

En *Las aventuras de Oliver Twist*, por ejemplo, el primer cuento en inglés, con un joven como protagonista y una de las primeras novelas de *carácter social* de la historia de la literatura para la infancia, de Charles Dickens, publicadas mensualmente, entre 1837 y 1839, en una revista o en *David Copperfield* (1848-

---

<sup>121</sup> TWAIN, Mark, *Las aventuras de Tom Sawyer*, Madrid, Ed. Espasa-Calpe S.A., 1941.  
Online en: [http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/las-aventuras-de-tom-sawyer--0/html/0005943c-82b2-11df-acc7-002185ce6064\\_2.html-I\\_0](http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/las-aventuras-de-tom-sawyer--0/html/0005943c-82b2-11df-acc7-002185ce6064_2.html-I_0). [Último acceso: 30 de abril de 2018].

1850) destacan la descripción de las desigualdades sociales y de la hipocresía de su época, crecida sobre las columnas del capitalismo.

En aquel hospicio<sup>122</sup> pasó Oliver los diez primeros meses de su vida. Transcurrido este tiempo, la junta parroquial lo envió a otro centro situado fuera de la ciudad donde vivían veinte o treinta huérfanos más. Los pobrecillos estaban sometidos a la crueldad de la señora Mann, una mujer cuya avaricia la llevaba a apropiarse del dinero que la parroquia destinaba a cada niño para su manutención. De modo, que aquellas indefensas criaturas pasaban mucha hambre, y la mayoría enfermaba de privación y frío. [...] El señor Blumble, celador de la parroquia, se presentó de forma imprevista, hecho que sobresaltó a la señora Mann. El hombre tenía por costumbre anunciar su visita con antelación, tiempo que la señora Mann aprovechaba para limpiar la casa y asear a los niños, ocultando así las malas condiciones en las que vivían los pobres muchachos<sup>123</sup>.

Dickens se sirve de un joven para llamar la atención sobre las clases más desfavorecidas de su Inglaterra, en aquella época el mayor poder político y económico conocido en el mundo.

La ingenuidad de Oliver –un niño inverosímilmente bueno, salvado *in extremis*, por almas tan puras como la suya que sobreviven en este imperfecto mundo y que, a pesar de las difíciles circunstancias que vive, conservará su honestidad originaria y no sucumbirá a la vida de delincuencia–, consigue, por un lado, conmover al lector y por el otro, permite al autor llevar a cabo su crítica sobre algunas lacras sociales de la época.

Se utilizan las cualidades del joven, para captar la *benevolentia* y la ingenuidad llega a ser herramienta retórica, por provocar una reacción en los lectores que, una vez capturados por el *pathos*, la sinceridad y la honestidad del personaje, confían

---

<sup>122</sup> El hospicio era el lugar donde se albergaban los huérfanos menores de quince años, por violar la “Ley de los Pobres”, emitida en Reino Unido en 1834, que obligaba a los niños a ser internados en hospicios o en las *workhouses*, las casas de trabajo.

<sup>123</sup> DICKENS, Charles, *Las aventuras de Oliver Twist*, versión online consultable en: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/131510.pdf> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

en el *ethos* del pequeño huérfano, para modificar, a través del *logos* su propia conducta acerca del mundo de la infancia y de su situación en la sociedad.

Las vicisitudes del joven Oliver Twist, su ingenua aceptación de las dificultades de la vida, representan el arquetipo de la lucha social, cuya finalidad es el progresar, el conquistar una posición digna en una sociedad que todavía sigue olvidándose de ellos.

Tras lo visto, lo mismo pasaba en Estados Unidos, en *Las aventuras de Tom Sawyer* o las de *Huckleberry Finn* del escritor Mark Twain, publicadas respectivamente en 1876 y 1885, donde, además de conocer la exuberante personalidad de los jóvenes, describir el mundo aventurero y fantástico de los niños, se puso mucha atención acerca de las problemáticas sociales, sobre todo a las que estaban relacionadas con los jóvenes, asignando una segunda función a la literatura: ser un medio para que, en todos los hogares, allí donde llegaba el cuento, pudieran ponerse al día, acerca de las situaciones desagradables, de desigualdad, a las que muchas personas, sobre todo niños, estaban destinadas.

La literatura, además de descubrir y transmitir conocimientos de esta maravillosa etapa de la vida humana, enriquece con contenidos y ejemplos las aventuras de los personajes que pueblan las historias, las novelas..., de literatura infantil.

Se convierte incluso en el “*demandante/defensor*” de las injusticias contra los derechos de los “infantes” –los sin palabras–: un medio para denunciar las desigualdades y, a través de la narrativa, tratar de corregir la forma de abordar el tema de la infancia, hacer que otros entiendan que los pequeños, los ricos como los pobres, tienen que ser protegidos en el hogar por los padres y fuera por la sociedad.

En la producción literaria del siglo XX se va más allá y se comienza a tratar sobre las consecuencias que comporta, para un adolescente, el paso a la adultez y la pérdida de esa ingenuidad que he llamado cronológica –donde la inocencia infantil comienza a equipararse al mundo “contaminado” de los adultos, lo que “catapulta” a el/la joven a una realidad que no conoce y para la que no está preparado/a.

Es curioso que, cuando la ingenuidad en los cuentos se refiere a un joven, a un niño, se considera como la manifestación de un carácter simple, de un personaje capaz de despertar ternura, risas; puede ser manifestación tanto de genialidad como de estupidez.

En cambio, si la ingenuidad en cuestión es la de una “ingenua”, personaje característico de los cuentos infantiles o de las obras de teatro<sup>124</sup>, siempre es manifestación de debilidad, de algo que disminuye su capacidad de reacción y por estas razones, debido a su inocencia, se deja engañar.

Además, el tópico de la ingenua llega a representar en la narrativa del siglo XX, la dulce jovencita, seducida por libertinos sin escrúpulos, como en *Lolita*<sup>125</sup>, una novela del ruso Nabokov, donde la protagonista, la típica adolescente pícara y descarada que es toda una tentación, que sólo tenía doce años, se transforma en una obsesión y después en objeto de amor del nuevo marido de su madre, un refinado profesor de cuarenta años, hedonista y con debilidad por las niñas preadolescentes.

Lolita, luz de mi vida, fuego de mis entrañas. Pecado mío, alma mía. [...] Lolita: la punta de la lengua emprende un viaje de tres pasos desde el borde del paladar para apoyarse, en el tercero, en el borde de los dientes. Lo.Li.Ta. [...] Era Lo, sencillamente Lo, por la mañana, un metro cuarenta y ocho de estatura con pies descalzos. Era Lola con pantalones. Era Dolly en la escuela. Era Dolores cuando firmaba. Pero en mis brazos era siempre Lolita<sup>126</sup>.

A través de estas palabras Humbert Humbert, hace público su “pecado” de amar y desear a una adolescente, una muchacha que renuncia a la inocencia, que deja de ser niña precipitadamente, descubriendo la sexualidad adulta, a través de lo que en apariencia podría parecer un juego, para convertirse en lo que “ella considera que debería ser una mujer”, a fin de obtener los privilegios reservados solo a los adultos.

---

<sup>124</sup> Véase: VALENZUELA, Fernando, *art. cit.*, 2013, pp. 136-146.

<sup>125</sup> Desde que, en 1955, una editorial pornográfica francesa publicó *Lolita*, no faltaron ocasiones para que se levantara la polémica, alrededor de la novela del escritor ruso Vladimir Nabokov (1899-1977). Catalogada al principio como pornográfica, por tratar de la relación sexual entre un adulto depravado y su ingenua hijastra, gracias a la adaptación cinematográfica que se hizo, la novela llegó a ser considerada, años después, una obra maestra de la literatura contemporánea. El mérito de Nabokov fue haber enfrentado un tema tan delicado, que toca la perversión, sin caer nunca en la vulgaridad, con un toque de humor, que casi nos hace olvidar el controvertido tema principal de la novela y que hace comprender al lector que, detrás de los deseos incestuosos de Humbert Humbert, habían verdaderos sentimientos de amor hacia la jovencita y finalmente que su culpa fue la de haber sido víctima de la ingenuidad de una doceañera, que jugaba a su antojo, con los sentimientos de su padrastro.

<sup>126</sup> NABOKOV, Vladimir, *Lolita*, trad. cast. Roca Francesc, Barcelona, Anagrama, 2018, p. 15.

Sin embargo, a pesar de las críticas y todo lo que desató la publicación de un argumento tan moralmente “escandaloso” y delicado, a partir de ahí se utilizó el término *Lolita*, para referirse a aquellas preadolescentes, tan seductoras como inocentes de su propio poder de atracción sobre algunos hombres.

La ingenuidad adolescente se convierte en un tópico a disposición del autor para capturar la atención de los lectores que, “atraídos” por la singularidad/absurdidad del hecho narrado, se dejan enganchar, a través de palabras que hábilmente describen esa relación inusual y, aunque sea sólo para criticarlo o condenarlo, hacen que se cumpla el objetivo del autor, o sea mantener despierto el interés del receptor hasta el final.

La verdad es que, a través de la actitud descarada y atrayente de Lolita, Nabokov intenta presentar un retrato mordaz de lo que la sociedad se niega a ver.

Aquellas niñas, hasta ayer criaturas angélicas, dejan de serlo y se convierten, de un día para otro, en jovencitas que buscan descubrirse a sí mismas y su sexualidad adulta, sin disponer de la adecuada formación y de las herramientas para hacerlo.

En la novela de Nabokov, sin embargo, creo que se pueden encontrar argumentos para desarrollar un razonamiento sobre los riesgos a los que están expuestos los jóvenes y las jóvenes en la sociedad de la comunicación virtual.

Considerado que, el entorno en el que tienen lugar la mayoría de las relaciones comunicativas/relacionales de nuestros jóvenes, es un contexto que antepone la apariencia al ser, la posesión de bienes a la compartición de experiencias, la velocidad a la reflexión, que la tecnología ha proporcionado instrumentos que permiten un contacto continuo entre usuarios –que puede realizarse, a través de diferentes modalidades y diferentes medios–, que la *visibilidad* proporcionada, por ejemplo, por Internet –donde “*es más fácil hacer públicas las cosas y más difícil mantenerlas en privado*”<sup>127</sup>–, ha modificado por completo el perfil del joven y su manera de presentarse a la comunidad..., resulta necesario que aprendan cómo hacerlo, para comprender y evitar los riesgos y/o las consecuencias de una “sobre-exposición desintermediada” de la individualidad, lo que será tratado en otro capítulo.

---

<sup>127</sup> GARTON ASH, Timothy, *Libertad de palabra. Diez principios para un mundo conectado*, trad. cast. de Benítez Araceli Maira, Barcelona, Tusquets, 2017, p. 41.

Para volver a nuestro razonamiento, hay todavía que considerar que, el Romanticismo, además de haber sido el siglo en el que se aprecia el recurso a la ingenuidad en su potencial retórico, fue un siglo que acató el concepto de ingenuidad para justificar y plantear teorías, métodos, pensamientos y tendencias literarias que iban difundiéndose.

Se empieza a escribir desde la perspectiva del inocente y de su relación con la experiencia: los niños y la infancia representan la situación ideal para el ánimo humano, que permite compensar la pérdida de la pureza originaria del hombre adulto y su embrutecimiento, debido al cambio de posición de los valores impuestos en la sociedad moderna.

Al respecto, me pareció significativa, por ejemplo, la colección de poemas del poeta y pintor inglés William Blake (1757-1827), *Songs of Innocence and of Experience*<sup>128</sup>, escritos en forma coloquial, según el estilo de los cuentos dedicados a los niños, para transmitir la imagen de las dos condiciones opuestas en las que se encuentra el ser humano: inocencia y experiencia.

Blake, a través de un lenguaje infantil e inocente, intenta que los adultos comprendan y puedan reflexionar, de manera distinta, sobre su naturaleza y su visión de la vida, mirando a ese mundo, aún no marcado por prejuicios y corrupción, e incluso buscando, en aquel mismo mundo, las respuestas a las inquietudes del ánimo del hombre moderno.

En *Songs of Innocence*, publicadas en 1789, Blake describe la alegría, la felicidad de los niños, gozando de su edad y de su libertad ingenua de preguntar sobre las cosas, a cambio de respuestas satisfactorias, por parte de los adultos, para mejorar sus conocimientos.

Una imagen que se aleja de las atrocidades producidas por la “experiencia” –Blake escribe *Las canciones de la inocencia* en el año en el que estalló la Revolución francesa– que representa un mundo donde no existe lucha por la supervivencia, los animales feroces protegen a los niños y a sus sueños, porque es el mundo de la infancia, donde todo es posible, bello y auténtico.

---

<sup>128</sup> Las *Canciones de la Inocencia y de la Experiencia*, publicadas en la segunda mitad del siglo XVIII, se componen de dos partes y representan una “puesta en rima” de la principal inquietud del hombre moderno: la de conciliar la inocencia con la experiencia, o más bien, cómo asimilar el progreso, sin perder la originaria curiosidad, a través de la cual ha podido conocer el mundo a su alrededor, ni tampoco la capacidad de encontrar soluciones buenas en sí mismas, que van más allá de los beneficios económicos y de la autoestima.

El león protege a la niña perdida y la devuelve a sus desolados padres, que después viven “sin temer el aullar del lobo o los fieros rugidos del león”; y el temible rey de la selva aspira a dormir al lado del carnero, pensando en quien lleva su nombre y suplantando al pastor en la custodia del rebaño. Son estos poemas canciones de “alegría”, como dice el flautista en la “Introducción”, que escribe para que “rían los niños al oírlas”, y que pertenecen a un mundo paradisíaco, donde reinan la compasión, la piedad, la paz y el amor, lo que Blake llama la “imagen divina”<sup>129</sup>.

La falta de ostentación en el lenguaje y la vivacidad narrativa hacen que esas poesías nos transporten a una dimensión más auténtica de la realidad, a la que llegamos tras un *retour* a la ingenuidad y a su expresión libre de la verdad que se esconde detrás de las cosas.

La única solución para detener el distanciamiento del hombre de la naturaleza y de la autenticidad de las cosas, está en mantener viva esa armonía originaria, que se alcanza a través de una mirada ingenua hacia todo lo que nos rodea, capaz de despertar el asombro y de maravillarse como si fuera la primera vez: con la misma ilusión y como lo haría un niño, porque el niño es el único que tiene el poder de crear y recrear mundos, a través de la imaginación.

### **Introduction<sup>130</sup>**

Piping down the valleys wild

Piping songs of pleasant glee

On a cloud I saw a child.

And he, laughing, said to me.

Pipe a song about a Lamb;

---

<sup>129</sup> SUESCÚN, Nicolás, “Introducción” y traducción, en Blake, William, *Canciones de inocencia y de experiencia*, Caracas, Fundación editorial El perro y la Rana, 2009, p. XII.

Online En <https://es.scribd.com/doc/209938451/29286183-Canciones-de-inocencia-y-de-experiencia-William-Blake-pdf> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>130</sup> Introducción. “Con mi flauta en solitarios valles/ Toqué canciones de dulce gozo/ Y vi a un niño flotar en una nube/ Que entre risas y risas me pidió/ Toca una canción sobre un cordero/ Y yo con ánimo alegre la toqué/ Toca, toca de nuevo esa canción/ Toqué mi flauta y lloró al oírme/ Deja ya tu flauta, tu feliz flauta/ Canta tus canciones de feliz deleite/ Canté pues a viva voz la misma/ Y lloró de alegría al escucharme/ Siéntate allí y escríbela, flautista/ En un libro que todo el mundo lea/ Se apartó entonces de mi vista/ Y corté un hueco trozo de caña/ Me fabriqué una tosca pluma/ Y, mancillando el agua pura/ Escribí mis canciones de alegría/ Para que rían los niños al oírlas”.



So, I piped with merry chear,  
Piper pipe that song again  
So, I piped, he wept to hear.  
Drop thy pipe thy happy pipe  
Sing thy songs of happy chear,  
So, I sung the same again  
While he wept with joy to hear  
Piper sit thee down and write  
In a book that all may read  
So, he vanish'd from my sight.  
And I pluck'd a hollow reed.  
And I made a rural pen,  
And I stain'd the water clear,  
And I wrote my happy songs  
Every child may joy to hear<sup>131</sup>.

### **Infant Joy<sup>132</sup>**

“I have no name:  
I am but to days old”.  
What shall I call thee?  
“I happy am,  
Joy is my name”.  
Sweet joy, befall thee!  
Pretty joy!  
Sweet joy but two days old,  
Sweet joy I call thee:  
Thou dost smile,

---

<sup>131</sup> Con este poema se introducen *The Song of Innocence*. Para las versiones originales completas de *Songs of Innocence and Experience*, véase: “*The William Blake Archive*”. Online en: <http://erdman.blakearchive.org/>. [Último acceso: 30 de abril de 2018]. Para la traducción al castellano, véase: SUESCÚN, Nicolás, en: Blake William, *Canciones de inocencia y de experiencia*, op. cit., 2009.

<sup>132</sup> Alegría Infantil. “No tengo nombre/ Sólo tengo dos días/ Qué nombre te pondré/ Me siento feliz/ Mi nombre es Alegría/ Que seas muy feliz/ Bella Alegría/ Bella Alegría de sólo dos días/ Dulce alegría te llamo/ Tú sonríes/ Mientras yo canto/ Que seas muy feliz”.

I sing the while  
Sweet joy, befall thee.

La vuelta a la *ingenuitas* –la a que se refieren Blake y los románticos– que se manifiesta en la infancia, donde las experiencias sensoriales son más inmediatas y capaces de intuir los secretos del mundo –facultad que se pierde con la evolución de la personalidad adulta–, permite a los poetas un acercamiento a la Naturaleza, según una visión amplia, contemplada en su totalidad, pero también en sus aspectos particulares, como los colores, los olores y en la sencillez de los personajes de sus versos.

Por otro lado, en *Songs of Experience* (1794) cambian totalmente los contenidos, el registro y el tono de las rimas.

Blake trata de la pérdida de la inocencia tras el contacto con la materialidad en edad adulta y el nacimiento de la inquietud del alma humana y, sobre todo, empieza a usar la *con-pasión*, que la imagen de niños pobres y abandonados puede despertar, como herramienta para *denunciar* las condiciones de extrema dificultad en las que se encuentran los niños, los pobres, los débiles y todos los que han sido afectados por la indiferencia de la sociedad del progreso, que ha alejado al hombre del mundo bucólico de la Naturaleza y de la felicidad.

### **Holy Thursday**<sup>133</sup>

Is this a holy thing to see  
In a rich and fruitful land,  
Babes reduced to misery,  
Fed with cold and usurious hand?  
Is that trembling cry a song?  
Can it be a song of joy?  
And so many children poor?

---

<sup>133</sup> Jueves Santo “Es santo esto que vemos/ En esta rica y fértil tierra/ Bebés de la miseria presos /Criados con mano fría y usurera/ Es ese plañido una canción/ Será una alegre canción/ Y tantos niños pobres/ ¡Ah! Ésta es una tierra pobre/ Y nunca, jamás brilla el sol/ Pelados y yermos sus campos/ Llenos de espinas sus caminos/ Reina aquí perenne invierno/ Pues dondequiera brilla el sol/ Y dondequiera cae la lluvia/ No pueden tener hambre los bebés/ Ni consternar la mente la pobreza”.

It is a land of poverty!  
And their sun does never shine,  
And their fields are bleak and bare,  
And their ways are filled with thorns:  
It is eternal winter there.  
For where-ever the sun does shine,  
And where-ever the rain does fall,  
Babe can never hunger there,  
Nor poverty the mind appals<sup>134</sup>.

En la misma línea, William Wordsworth (1770-1850), –que junto con Blake e Dickens fue un escritor que utilizó la ingenuidad infantil y juvenil como medio para atraer la atención de aquellas personas que se habían distanciado de la naturaleza y quedado tan ciegas como para no darse cuenta de las desigualdades presentes en el mundo–, intenta reconstruir a través de un estilo poético simple, un lenguaje muy cercano al lenguaje común, pobre en metáforas y similitudes, la evolución que lo condujo, desde la infancia hasta la vida adulta, a cambiar su actitud y su relación con la naturaleza.

La mirada sobre las cosas debe ser infantil, asombrada. Es preferible el *misterio* al conocimiento. Quien ve en el arcoíris sólo un fenómeno destinado a ser estudiado desde la óptica ha perdido su capacidad original, su mirada infantil. Aquel que, al saber las causas físicas del fenómeno, deja de asombrarse de su belleza, ha dejado de sentir la poesía del universo. Hay que seguir mirando el cielo con asombro, como niños<sup>135</sup>.

Wordsworth, convencido de que la infancia es la etapa más importante en la vida del hombre, piensa que el niño es más sabio que un adulto, por no estar tan atado a la materialidad de este mundo y que privilegia el uso de sus sentimientos y su corazón, para investigar la realidad y para construir mundos a su gusto.

---

<sup>134</sup> Este poema está incluido en *Songs of Experience*. Para la traducción al castellano, véase: SUESCÚN, Nicolás, *op. cit.*, 2009.

<sup>135</sup> WORDSWORTH, William, citado por: AGUIRRE ROMERO, Joaquín M<sup>a</sup>, *art. cit.*, 1998.

"*El niño es el padre del hombre*" –como escribe en "Rainbow"–, y a través de la ingenuidad del niño se puede recuperar la capacidad de asombro al simple ver un arcoíris en el cielo; la misma maravilla que, durante la infancia, sin malicia y con extrema sencillez, acompañaba el descubrimiento de las cosas y el desarrollo de una imaginación, capaz de crear miles de aventuras.

Los personajes de sus poesías son la representación de la vida humilde y sencilla, todavía no afectada por el progreso y el deterioro de la civilización.

### **My Heart Leaps Up when I behold**

My heart leaps up when I behold  
A rainbow in the sky:  
So was it when my life began;  
So is it now I am a man;  
So be it when I shall grow old,  
Or let me die!  
The Child is father of the Man;  
And I could wish my days to be  
Bound each to each by natural piety<sup>136</sup>.

En las *Lyrical Ballads* (1798), su obra más conocida y atrevida –escritas con el amigo y poeta Samuel Taylor Coleridge (1772-1834), que publicó cuatro poemas, entre los cuales la "*Balada del viejo marinero*"–, los protagonistas son vagabundos, locos, niños y discapacitados: los inadaptados, para aquella sociedad, la representación auténtica de la verdadera humanidad, para los poetas románticos. De hecho, estaba convencido de que, entre las tareas del poeta, estaba también la de hablar de la vida real, para:

[...]escoger incidentes y situaciones de la vida ordinaria y relatarlos o describirlos completamente y, en tanto como fuera posible, en una selección

---

<sup>136</sup> "Mi corazón salta cuando contemplo/ un arco iris en el cielo/ Así fue cuando mi vida comenzó/ así es ahora, que soy un hombre/ así será cuando envejezca/ O me deje morir/ El niño es el padre del hombre/ y desearía que mis días estuviesen/ uno a uno ligados a la piedad natural". Véase: REUL, Paul de, *William Wordsworth*, trad. González Corugedo, Santiago, Barcelona, Júcar, 1982 pp. 122-123.

de lenguaje realmente usado por los hombres, y al mismo tiempo verter sobre aquellos un cierto colorido de la imaginación, por el cual las cosas corrientes serían presentadas al espíritu con inusitado aspecto<sup>137</sup>.

Wordsworth, en línea con el pensamiento romántico, considera la recuperación de la imaginación como la solución para devolver un cierto color a las cosas y a la vida, encanecida por los humos producidos por las chimeneas de esa sociedad, resultado de la revolución industrial que, en virtud del progreso y de "verdades demostrables", se había olvidado de quién había hecho ese progreso posible y esas verdades les habían demostrado: se había olvidado del *hombre emotivo/pasional*. A lo largo de los siglos XIX y XX, el artista romántico, sea éste pintor, escultor, poeta, novelista, músico, inspirado por su ingenuidad y el mundo infantil, intenta rescatar la imagen de "ingenuos inadaptados", en la que la sociedad les había encasillado, además de defender su propia elección de no estar integrado en un mundo, suspendido entre lo perdido y lo corrupto, que desprecia por la bajeza en la que ha caído y, por estos motivos, el recurso a la ingenuidad es considerado siempre más frecuentemente como una especie de "ancla de rescate", a la que recurrir cada vez que se presenta una complicación y la relación con la experiencia reclama nuevas capacidades hermenéuticas, lo que supone un reajuste mental y una rápida adaptación a la nueva situación.

La ingenuidad, a través de sus rasgos –que han demostrado ser, amplia y detalladamente, eficaces a la hora de expresar lo evidente y lo más cercano a la relación primaria, que el hombre tenía antes de su alejamiento de la naturaleza–, se presenta como la respuesta a las inquietudes provocadas por el compromiso y el tener que elegir entre lo nuevo y lo auténtico, el beneficio y la satisfacción que genera encontrarlo, la ansiedad que implica el mantenimiento de este beneficio y la libertad de descubrir algo más.

En este sentido, Friedrich Schiller (1759-1805), con su *Sobre poesía ingenua y poesía sentimental*<sup>138</sup>, trató de la ingenuidad como una manera de reflejar la

---

<sup>137</sup> WORDSWORTH, William, "Prólogo" a las *Baladas*, 1798. Citado por: GULLÓN, Ricardo, *Wordsworth*, Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2006. Online en: <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmchd870> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>138</sup> La obra, publicada en 1795, fue reconocida como la base de la teoría literaria moderna, debido a que se enfocó en conceptos como el de "genio" y el de lo "sublime", que serán conceptos básicos en la literatura moderna.

espontaneidad, la sencillez y la candidez de la vida, resuelta en la fisicidad de las experiencias y de los sentimientos, que encontró su modalidad expresiva en la *poesía ingenua*.

La cultura, por su parte, siendo la causa de la ruptura de la unidad originaria del hombre con la naturaleza, que aceleró esta separación, transformando aquella bucólica relación en una aspiración, en un ideal infinitamente lejano, encontró su modalidad expresiva en la *poesía sentimental*.

Según Schiller, el pensamiento ingenuo se manifiesta a través de sus rasgos característicos, como la sinceridad y la pureza en el modo de pensar, otorgando al poeta ingenuo la capacidad de conmover en lo que se refiere al particular, mientras que, la búsqueda y la añoranza de la naturaleza perdida –que está en la base del pensamiento sentimental–, permitirá al poeta sentimental conmover en lo que se refiere a lo universal, a través del mundo espiritual de las ideas.

La intención de Schiller, sin embargo, es la de recordar al poeta que para llegar a lo ideal no hay que olvidarse de la realidad y que el fin del arte literario es el de transmitir a la humanidad su expresión más completa.

De hecho, la mirada hacia el mundo infantil y el renovado interés acerca del niño y de su ingenuidad fue expresado a través de los versos y de las rimas poéticas, logrando que los lectores volvieran a ver el mundo, así como aparece a través de los ojos de un niño, con la misma frescura y simplicidad.

El poeta se apropia de esta mirada ingenua, que llega más allá de la realidad y de la asombrosa creatividad de los niños, que percibe la magia en las cosas pequeñas, para que el lector consiga escuchar aquella delicada voz, abrumada por el ruido de la sociedad moderna.

Además de los contenidos, que se refieren a la ingenuidad originaria del hombre, en la estructura tradicional de las composiciones literarias, especialmente en la poesía, aparecen, cada vez más insistentemente, las influencias del pensamiento del surrealismo y de la vanguardia en general, que presionaba por un cambio en las modalidades expresivas, para llegar al yo verdadero.

La métrica de los versos, la sintaxis tradicional, así como la estrofa y las reglas de la puntuación se sustituyen por unas estructuras que permiten realizar, desde la unión de dos o más elementos lingüísticos, una secuencia narrativa como el *caligrama*, por ejemplo, poema escrito de modo tal que formara imágenes, con la

única intención de dejar a lado la sucesividad del hecho escrito o leído, así como impuesto por la tradición.

Se necesitaba una mayor libertad para llegar a expresar adecuadamente el mundo interior y los más escondidos estados del alma, a través de aquella ingenuidad, que permite una descripción y una representación libre, sin coacción por parte de algo o alguien y del impulso creador de los sueños, que hace que sea posible interpretar la realidad, mediante aspectos diferentes, quizás más auténticos y verdaderos.

La obra literaria cesa de ser sólo el cuento de hechos y de historias y se convierte en un escenario donde se entrelazan “relaciones” entre el lector, los personajes y el autor, que ahora se limita a sugerir para que el lector complete, llegando a desentrañar los hechos presentados, anticipando inteligentemente las piezas de la novela de nuestro tiempo.

La literatura, a través de su interés por el mundo de la infancia, ha desempeñado una función *ético-didáctica*, transmitiendo valores universales, empeñándose para que los adultos, a través de la narración, pudiesen aprender las potencialidades de aquellos aspectos del mundo infantil que, en los siglos anteriores, fueron criticados e incluso culturalmente negados.

Una segunda función, fue la de informar para denunciar abusos, desigualdades, situaciones sociales insostenibles, impulsando el desarrollo de la novela social.

Sin embargo, el recurso a la simplicidad del lenguaje infantil, a la originalidad y a la libertad expresiva e interpretativa de la relación con el mundo de la experiencia, ha permitido al adulto reencontrar una actitud hermenéutica, que le hace interpretar las cosas, los eventos imprevisibles o proponer soluciones frente a los problemas, sin ansiedad alguna, sin buscar otros beneficios que no sean la ilusión que provoca encontrarlas y la sencillez de solucionarlas.

En síntesis, la relación entre ingenuidad y Literatura ha contribuido a transmitir y fortalecer el asentamiento, a nivel histórico/cultural, de la infancia, apreciando sus rasgos y haciendo que el niño se convierta en un promotor de significados, capaz de crear las condiciones para el diálogo entre pasado y presente, productor, además, de ideas que, gracias a su ingenuidad, toman forma sin restricción, por ser la expresión libre del yo verdadero del hombre.

Ha contribuido, además, a levantar todas las características del ingenuo y de la ingenuidad, definiendo un tópico del ingenuo, para utilizarlas a la hora de construir

el *ethos* de su personaje y luego usarlo para convencer a los demás, cumpliendo con su función persuasiva.

El enfoque sobre la figura del ingenuo, sin embargo, confundida con la de inocente, ha incluido algunos rasgos que no son atribuibles a la ingenuidad, sino a la falta de conocimientos y de experiencia y, por lo tanto, a la inocencia.

Desde esta mezcla de cualidades, positivas o negativas, según como las consideremos, en los diferentes contextos comunicativos, han surgidos tópicos, en los que la ingenuidad coincide con las consecuencias del comportamiento ingenuo/inocente, que genera ternura, risas, y esto ha hecho que sea más rápido el proceso de acercamiento al significado semántico, que hoy se le asocia a este rasgo de la personalidad en evolución.

Finalmente, esta breve incursión en el mundo literario me ha permitido reflexionar acerca de la solidez de la relación entre ingenuidad y la literatura.

El interés de la Literatura, sobre todo a partir de la aceptación de la ingenuidad, como categoría social, ha sido orientado hacia *el ethos* del ingenuo –como garantía de la autenticidad de la causa y herramienta para conseguir la *benevolentia* de los lectores– *el pathos* –a través de la descripción de la ternura y de los sentimientos, capaces de afectar a la parte sensible del alma humana – y, en fin, hacia *el logos*, justificando el poder persuasivo de la ingenuidad, incluso para denunciar injusticias y desigualdades.

Lo que no se ha hecho en la literatura, según los datos encontrados a lo largo de mi trabajo hasta este momento, es usar la ingenuidad como rasgo retórico, a partir de la *inventio*, o mejor dicho de la *intellectio* de un niño.

Dado por sentado que la ingenuidad es persuasiva y es una pieza eficaz entre las herramientas retóricas, la literatura recurre a la ingenuidad –que se expresa a través del *ethos* de su protagonista–, para atraer a sus lectores, construyendo un personaje, que ha nacido en la mente de un autor adulto, que refleja cualidades, que han sido seleccionadas y que han encontrados su lugar, a través de la *dispositio*, según un orden de eficacia para conseguir la persuasión.

Dicha anomalía, atribuible al retraso que sufrió el concepto de ingenuidad, para que fuera aceptado como categoría social y para que a los infantes se les considerara público y no sólo público infantil, podría explicar unas de las razones que han llevado a cabo la aparición de una literatura “para la infancia”, construida



sobre mundos y personajes fantásticos, nacidos en la mente de un adulto o que representan los mundos y/o los deseos del mismo autor.

Una tendencia tan bien enraizada en la cultura y en la sociedad, que todavía sigue presente en esta paradójica idea de literatura para niños.

Tenía, entonces, toda la razón la joven Adora Svitak<sup>139</sup> –autora de uno de los discursos que están incluidos entre los *Anexos* de esta investigación, cuyas palabras han sido un importante soporte para confirmar mi hipótesis de que, es la *evidentia* uno de los aspectos que más caracteriza la retórica de la ingenuidad–, cuando, durante una conferencia en febrero de 2010, hablaba de esta manera:

Me encanta escribir desde que tenía cuatro años, y cuando cumplí seis años mi madre me compró mi propia laptop. [...] Escribí más de 300 cuentos cortos en esa pequeña laptop y quería que me los publicaran. En lugar de sólo burlarse por la herejía de pretender que me publicaran siendo una niña, o decirme que esperara a ser mayor, mis padres me apoyaron. La mayoría de las editoriales no fueron tan alentadoras. Incluso una gran editorial para niños dijo irónicamente que no trabajaban con niños. ¿Una editorial para niños diciendo que no trabajan con niños? No sé, como que están espantando a un gran mercado<sup>140</sup>.

---

<sup>139</sup> Véase capítulo sexto.

<sup>140</sup> Svitak Adora, *Anexos*, p. 334.

## 2.5 La ingenuidad en la Cultura

Desde el punto de vista cultural, el siglo XX fue una época dominada por las transformaciones, el progreso científico y tecnológico: la aparición del automóvil, del avión, el cinematógrafo, el gramófono y mucho más.

Un nuevo valor para el hombre, que ha sido agregado a los ya existentes y aceptado por todos, ha resultado ser el que coincide con el concepto de modernidad, entendido como un reemplazo real de lo viejo y caduco a favor de lo nuevo, original y mediado tecnológicamente.

De esta voluntad de ruptura con lo anterior, de la lucha contra el sentimentalismo, de la exaltación del inconsciente, de lo racional, de la libertad, de la pasión y del individualismo nacerían las vanguardias en las primeras décadas del siglo XX.

Se han escrito muchas cosas acerca de los efectos del llamado *progreso*, de las continuas adaptaciones a nuevas formas de pensar y vivir la vida y de los intentos de la clase dominante de condicionar e influir en las opiniones y las decisiones de la masas que, particularmente en periodos de grandes cambios, demuestra una rápida capacidad de transformación e intenta hacer propio todo lo nuevo que aparece, casi como si se despertara en ella la necesidad de confirmar su libertad, su poder decisional, para aceptar los cambios y las consecuencias de cada elección. Desde la cultura moderna, ha nacido el *hombre racional*, que ha sido puesto en el centro del universo y que se ha alejado de todo lo que está relacionado con cualquier intento de control, Dios incluido.

Es una cultura que admite sólo y exclusivamente los fenómenos observables y comprobables por las ciencias exactas y que transmite que lo que importa de verdad es cómo son y no qué son las cosas.

Sin embargo, así como el progreso ha condicionado la evolución de la cultura, la cultura ha hecho del progreso y de la tecnología su principal herramienta de desarrollo y, sobre todo a partir de la invasión de la tecnología informática, que ha sustituido el “*hombre analógico*” por el “*hombre digital*”, se ha enriquecido con contenidos y materiales, lo que por cierto ha incrementado el patrimonio de la memoria. La facilidad de acceso a la información, provista por las nuevas tecnologías, ha abierto todo un mundo previamente desconocido –por material a disposición y facilidad para encontrarlo–, gracias también a la memoria colectiva

que se está construyendo, almacenando informaciones de todo tipo y disponibles para todos.

Ha ampliado conocimientos y mejorado la autoestima de las personas, que han empezado a sentirse consideradas como sujetos, que tienen voz y pensamientos y que pueden expresarse en toda libertad en la nueva ágora, sobre cualquier cosa, a pesar de sus competencias, y con cualquier otro usuario, aunque esté a unos kilómetros de distancia, de manera simultánea.

La ilusión de la “interconexión ininterrumpida” y de la comunicación global, la posibilidad de participar en los debates en la red y la de interactuar directamente, incluso con los vértices de la administración y de la política, han ayudado a confirmar, en el hombre/usuario, la convicción de ser una pieza esencial en el contexto comunicativo y relacional, que ha pasado de ser anónima y que ha sido apreciada en su individualidad.

Y propiamente la “individualidad” es la que más ha sido afectada por la cultura tecnológica que, en lugar de un reconocimiento de la autenticidad de cada uno, ha provocado una estandarización de los aspectos de la personalidad, que ya no designan una persona, sino una colectividad.

Además, estos rasgos no se encuentran en la interioridad del individuo, sino en la ostentación de todo lo que lo unifica a los demás del grupo: las marcas de consumo, el comportamiento, las modas, el gusto por el/la ...etc.

La publicidad –como instrumento para la difusión de aquellos aspectos materiales, que han reemplazados los relacionados con la esencia del hombre–, beneficiándose de la tendencia humana a ser persuadida, por algo que interesa o fascina, para satisfacer esa necesidad de individualidad, ha indicado incluso cuales son esos rasgos y donde encontrarlos.

Y aquí, es cómo se va construyendo el paradójico "*ethos* individual": la suma de las individualidades de una multitud de seres humanos, unificada en el uso de la misma marca de ropa, hablando por un cierto teléfono móvil, que se expresa con el mismo tipo de lenguaje y que está cada vez más convencida de su originalidad. Además, sobre todo entre las personas adultas, la velocidad a través de la que las situaciones, las relaciones comunicativas y sociales han ido modificándose, ha hecho aumentar la sensación de precariedad y relatividad de la existencia humana, lo que se intenta remediar, asumiendo actitudes y/o comportamientos, usualmente atribuibles a niños, a jóvenes, a todos aquellos que hacen del paso del tiempo la

oportunidad para dar rienda suelta a su creatividad, de la manera mejor posible, sin tener en cuenta nada más que la libertad de expresarse y comunicar su propia autenticidad, su propio pensamiento ...

La cultura del siglo XXI se está moldeando sobre un *ethos*, que parece traer la inspiración del mito de la eterna juventud.

El hechizo de la infancia, el “arquetipo del niño”, permanece en el hombre adulto como representación de la realización de sí mismo y la convicción de que es posible empezar de nuevo y así se va definiendo la relación entre el adulto y su idea de sociedad.

Uno de los aspectos más significativos de la sociedad de la comunicación de masas, que ha beneficiado especialmente a los que han nacido en la época de Internet y de las redes sociales, es haber construido sus pilares, basándose e inspirándose en las tendencias de aquellos que, con mayor facilidad, se relacionan y se expresan a través de sus instrumentos: parece así que la cultura juvenil vaya definiendo las necesidades y los deseos de los adultos.

La forma de ser joven, sus intereses por la música, el cine o la televisión, su manera de entrelazar relaciones con los demás, juega un papel fundamental, a la hora de definir los principios que caracterizan la cultura del nuevo milenio.

La innovación pasa por todas las novedades producidas por una generación ingenua que, siendo libre, domina sin restricciones un instrumento que se ha convertido en su “natural” forma de vida.

Además, el hecho de que el joven esté en una posición mucho mejor de la que ocupaba siglos antes, es también una de las razones, para adaptarse a esta nueva cultura por la mayoría de un mundo adulto, que no posee las mismas habilidades tecnológicas y todavía no está acostumbrado a gestionar y entender las nuevas formas de transmisión y comunicación de la información, del pensamiento y de la cultura y que, en realidad, aún no ha aceptado la idea de que los jóvenes puedan – y la verdad es que lo han hecho– modificar las reglas del juego, dirigirlo/conducirlo como y donde quieren.

La infancia y la inocencia del niño, así como la ingenuidad de los jóvenes, participan en la construcción de una cultura que ha puesto en marcha un proceso de gradual *adultización* de esta etapa de la vida y a una consiguiente *infantilización* de su antagonista histórico: el adulto.

“Las edades de la vida parecen haberse reducido sustancialmente a dos –escribe Marina D’Amato–:

la primera infancia, por un lado y la vejez en el otro. En el medio, una amplia e indefinida zona intermedia, habitada por la figura oximorónica del niño/adulto y su revés, o sea el adulto/niño<sup>141</sup>.

Recientemente, a través de distintos estudios antropológicos y sociológicos, este cambio en los roles y en las actitudes del adulto y del joven, va conceptualizándose en una nueva figura: la del *adultescente*, introduciendo de hecho un nuevo síndrome psicológico y una nueva categoría social que está implantándose en la cultura del siglo XXI.

*Kidults*, en los EE.UU, *adultescents*, en el *Oxford Dictionary*, eternos Peter Pan..., son neologismos que identifican a todos aquellos que, a pesar de haber llegado “*bio/cronológicamente*” a la edad adulta, tienen una identidad, con rasgos habitualmente atribuibles a los jóvenes.

Al compartir emocionalmente la infancia de sus hijos, el adulto se ha acercado más al mundo de los pequeños y mejorado su relación empática.

Sobre todo, ha buscado complicidad, hecho propia las tendencias, las modalidades expresivas y relacionales típicas del ser joven: la moda, nuevos modelos de automóviles, tabletas, teléfonos móviles, gimnasio, tecnología, relaciones virtuales, redes sociales y todo lo que pueda ayudar a extender su juventud.

Únicamente a título informativo, por ejemplo, los estudios de mercado relacionados con los videojuegos han mostrado un crecimiento exponencial de ventas en los últimos años, y que los mejores consumidores tienen entre treinta y cuarenta años y que los rasgos que caracterizan a esos “nuevos usuarios”– que, además de los *millenials*, a los “nativos digitales” suman los “inmigrantes” e incluso a los “ignorantes” digitales– son determinantes, a la hora de diseñar nuevos productos y es así que, jóvenes y adultos rompen el *gap* generacional y lo que los unifica es paradójicamente lo que consumen<sup>142</sup>.

---

<sup>141</sup> D’AMATO, Marina, *op. cit.*, 2014, pp. 46-47.

<sup>142</sup> “La industria del videojuego, ya sea PC o consola doméstica, se ha convertido con los años en una de las ramas del sector de gran consumo con más importancia, y esto lo vemos en el coste de las producciones más fuertes, cada vez más cercanas al presupuesto de una producción cinematográfica. En 2014, [...] afirmábamos que el mercado de este producto de ocio tiene un cierto componente cíclico, ya que en países

De aquí, una nueva tendencia, que se expresa en el individualismo, en el retraso/rechazo de la asunción de responsabilidad y en la satisfacción de gustos superficiales y efímeros, que valen exclusivamente para alimentar una ética de la posesión personal y no de la colaboración desinteresada, en grado de estructurar una sociedad mejor, donde las personas participan para encontrar respuestas, construir informaciones confiables en la *community* real como en la virtual.

Al mismo tiempo, surge una verdadera cultura que influye y condiciona la forma de ser de jóvenes y de adultos y que se aprovecha de la facilidad con la que se puede llegar a coincidir con los deseos de los usuarios/ciudadanos y utilizarla para diseñar campañas publicitarias, lanzar nuevos productos o alentar a multitudes de ciudadanos enfadados contra la política de un gobierno.

A pesar de los “adultescentes” y de la “infantilización” del mundo adulto, la nueva cultura de masas ha transmitido una idea de sociedad –edificada sobre la necesidad de ser visible y apreciado a cualquier coste, incluso renunciando a la propia autenticidad– donde reina la desafección en las instituciones democráticas y

---

como Japón, Reino Unido o España el consumo cayó en el periodo de recesión económica. Este año se confirma este hecho, ya que el mercado del videojuego sigue creciendo. Las cifras de crecimiento registradas en 2014 muestran la robustez del mercado, lo que demuestra que, por volumen de negocio, la industria del videojuego tendrá un peso cada vez mayor en prácticamente todas las economías desarrolladas o en vías de desarrollo”. [Lago, Juan Aitor, *Strategic Research Center* de EAE Business School, 26/1/2015]. “[...] Las previsiones que presenta el informe de EAE muestran que en el periodo 2014 - 2018 el mercado crecerá a unos ritmos muy interesantes. El tamaño del mercado de videojuegos en 2018 será de 26.022,78 millones de euros, lo que supone un crecimiento anual medio del 3%, en línea con lo experimentado en los últimos años. Los países con mayor gasto en videojuegos en 2018 serán EE.UU, Japón y Reino Unido, con 15.887, 4.550 y 3.647 millones de euros respectivamente”. [Fuente consultable en: REDACCIÓN de EAE Business School, “El mercado del videojuego en España movió 763 millones de € en 2014, con un crecimiento del 31% respecto al 2013”, *EAE Business School*, 26 de enero de 2015: <http://www.eae.es/actualidad/noticias/el-mercado-del-videojuego-en-espana-movio-763-millones-de-en-2014-con-un-crecimiento-del-31-respecto-al-2013>]. [Último acceso: 30 de abril de 2018]. “La tendencia de los padres a jugar juntos con sus hijos es otro factor que está impulsando el crecimiento de la industria. Casi la mitad de los juegos vendidos en 2007 obtuvo una calificación “E”, lo que indica que el juego es apto para todas las edades. Además, durante el mismo año, la edad media del comprador de juegos fue de 40 años, lo que indica que los juegos para niños son comprados por los padres, los cuales juegan juntos. [...] Hoy en día la mayoría de los títulos existentes atienden a un público masculino menor de 40 años, pero esto está cambiando debido a que el mercado femenino es actualmente uno de los focos. Es uno de los restantes grupos demográficos que permanecen disponibles para la industria. El segmento femenino representa el 40% de los jugadores, el 48% de los compradores de videojuegos y el 39% de los ingresos totales generados por la industria, sin embargo, es un segmento de mercado conocido, pero sin la mayor atención por parte de la industria. [...] Hace 25 años, los pioneros en el uso de videojuegos eran adolescentes. Hoy en día esas personas están sobre 40 años y algunos muy cercanos a los 50 años. Es por eso, que la industria está diseñando y desarrollando juegos para cautivar a este segmento de personas mayores edad. Esta tendencia ha comenzado con los videojuegos de Nintendo DS Brain Age, y se espera que más compañías se sumen al desarrollo de éstos por el potencial que presentan estos primeros jugadores, pero que hoy cuentan con un poder de compra mucho mayor que cuando eran adolescentes...”. [Fuente: ProChile-Información Comercial- Estudio de Mercado Industria Videojuegos en Estados Unidos, Año 2012. Consultado en: <http://www.prochile.cl/>]. [Último acceso: 30 de abril de 2018].

administrativas, donde, por un lado, va perdiéndose el sentido de pertenencia a una comunidad real y, por el otro, intensificándose la pertenencia a una *community* virtual. Además, es una sociedad de “neuróticos tecnológicos” que, mientras intentan dominar la ansiedad que genera el tener que garantizar, en ese contexto comunicativo/relacional –donde gana el más rápido y el más astuto–, una buscabilidad y una presencia continua, aunque sólo sea virtual, no llegan a controlar el desenfrenado protagonismo que les caracteriza y que les hizo conscientes de poder decir lo suyo y, desde su propio hogar, poder opinar, decidir e incluso votar unos candidatos, a través del ordenador o de un dispositivo móvil. Aprovechando que la *community* amplifica todo y tiene el poder de gritar con más intensidad su “propia” verdad, hay personas que, a través de una esmerada labor retórica, han logrado convencer a millones de usuarios a unirse a la protesta virtual, para traerla luego a la calle y, después de haberles convencidos de que “uno vale uno”, juntos puedes gobernar la comunidad, han ganado la representación en las instituciones públicas de aquellos movimientos nacidos en las redes sociales.

Con el paso del tiempo, la mayoría se ha dado cuenta de que no siempre quién es “bueno” para la multitud, realmente lo sea y, de hecho, generalmente acierta al haberse equivocado en reconocer excelentes cualidades en aquellos que, en realidad, después se revelan como todo lo contrario.

Se va perdiendo la confianza y se añora esa etapa de la vida, donde la única preocupación era investigar, descubrir y compartir con los demás una idea, un pensamiento o colaborar en un juego.

En un artículo del diario italiano *Corriere della sera*, el psiquiatra Claudio Mencacci relata la imagen de la sociedad en la que vivimos, desde la perspectiva de los efectos producidos por la introducción de la realidad virtual en las relaciones humanas y explica cómo se han modificado las costumbres y las modalidades de contacto entre las personas –detrás de las cuales se esconde a menudo una identidad falsa o manipulada–, y/o las instituciones.

Según su opinión, lo más significativo –y al mismo tiempo paradójico– que ha conseguido la innovación tecnológica es que, en vez de traer simplicidad y facilitar el contacto, ha contribuido al crecimiento de la desconfianza y de la sospecha, de la sensación de que alguien siempre trata de aprovechar, desacreditar y deconstruir la imagen de los demás. Por estas razones, para no caer en un estado de paranoia continuo, finge admirar a personas que tienen la honestidad de ser –pero

los engaña en secreto—, porque está consciente de que su mera existencia es un reproche silencioso a su mediocridad e inautenticidad.

Estamos cada vez más infectados por una vena paranoica. La desconfianza, la sospecha, la conflictividad que impregnan y contaminan las relaciones entre las personas..., la negación de la posibilidad de un diálogo que no da lugar a un altercado o en una burla pública, acompañados de la proyección sistemática sobre el otro de las responsabilidades de los programas desatendidos, muestran cómo los aspectos paranoicos están operando en el tejido social actual. Este "virus de la paranoia" ya está en acción, circula en nuestras vidas, amplifica la desconfianza del estado en los ciudadanos comunes que a su vez comparten con él la misma desconfianza y sospecha. Y la historia nos ha enseñado que el paso, a veces indoloro, del estado de derecho al paranoico, no es improbable<sup>143</sup>.

Sin embargo, mientras que, por un lado, hay una creciente sensación de “omnipotencia” —en relación con las oportunidades proporcionadas por el *médium* digital—, que refuerza la autoestima de los usuarios y los hace creer que lo pueden todo, por otro lado, el mismo usuario, frente a la enorme cantidad de informaciones y la incapacidad/imposibilidad de comprenderla todas —por falta de herramientas y de formación—, siente la necesidad de recuperar cierta “normalidad” y sencillez en sus relaciones, para expresar más autenticidad y libertad intelectual, a través de un diálogo basado en principios fundados en la objetividad, la honestidad, y la ingenuidad —la que permite describir las cosas en sus características originarias, como un ingenuo las describiría.

Es mucho más frecuente considerar la presencia de “ingenuidad” en la cultura, en la vida y/o en las relaciones comunicativas como un signo de debilidad del ser humano, por dejarse condicionar por el pathos y no por la razón.

Sin embargo, no creo que sea utópico pensar “ingenuamente” sobre la cultura, porque no significa disminuirla o “infantilizarla”; por el contrario, sería como devolver a la cultura la capacidad de expresar la naturaleza de los principios en los

---

<sup>143</sup> MENCACCI, Claudio, “Una società paranoica”, *Corriere della Sera*, 13 maggio 2013.



que se basa aquel compromiso entre las personas, lo que reconoce a la cultura ese papel de “manifestación” del alma de un pueblo.

Estos principios, que reflejan una visión ingenua de la realidad, coinciden con la predilección en vivir más “*por carácter que por razonamiento, y el razonamiento es ciertamente de lo conveniente, la virtud, en cambio, de lo hermoso*”<sup>144</sup>.

La presencia de ingenuidad en la cultura debería ser una forma para “certificar” la autenticidad de los valores que inspiran esa cultura, y no un pretexto, para utilizar la *ingenuitas* como herramienta útil para atraer y manipular los pensamientos, las ideas de los demás, algo que en realidad sigue haciéndose.

Desde la política a la publicidad, de la educación al ocio, de los movimientos sociales nacidos en la red..., hay quien, gracias a un uso atrevido y rentable del arte retórico, ha “sofisticado” la estructura, la organización y la transmisión del mensaje, de tal manera que, aprovechándose del poder persuasivo de la palabra – la que permite hacer brecha en los sentimientos y en las emociones, incitar el alma de los seres humanos, para manifestar, contestar, compartir una idea, un proyecto o para denunciar algo–, no ha resultado difícil atraer personas y asegurarse de que se unieran a un proyecto político o social, compraran un determinado producto, siguieran una moda, un grupo musical o una ideología...

Las oportunidades comunicativas proporcionadas por la tecnología y las redes sociales, que a través de la producción/transmisión y recepción de discursos comunicativamente simples –que exponen las problemáticas existentes principalmente en términos dicotómicos de *élite-pueblo*, *buenos-malos*–, han acelerado y facilitado la forma de “capturar” a las personas y convencerlas para que reconozcan a un líder, un movimiento o un partido político, las habilidades necesarias para llevar a cabo los cambios requeridos e incrementado además las incursiones en la llamada “cultura del pueblo” –lo que ha significado el “auge” del concepto de “populismo”<sup>145</sup> asociado, en mi opinión impropriamente, a la ingenuidad de los seres humanos y utilizado a menudo como estrategia para ganar algo y/o para dar una “justificación teórica” a los aspectos que lo caracterizan.

---

<sup>144</sup> ARISTÓTELES, *Retórica*, ed. cit., XII, 1389a-1389b.

<sup>145</sup> El término “populismo”, definido por la Real Academia Española como “tendencia política que pretende atraerse a las clases populares”, es utilizado para definir a los movimientos que, apelando al pueblo para construir su poder, denunciando las clases privilegiadas, rechazan a los partidos políticos tradicionales y el poder en las manos de pocos elitistas. Se usa también para hacer referencia a las medidas políticas que no buscan el bienestar o el progreso de un país, pero saben ganar la confianza de la población.

Si lo consideramos como estrategia, el populismo se “construye” a partir de la monopolización del concepto de pueblo o nación –al que siempre se le recuerda su situación de *outsider*, al menos hasta la conquista del poder, con el propósito de aumentar el sentido de opresión a lo que está sometido–, de la relación entre el líder y/o el partido y los votantes –que es inmediata y se puede incluso mantener de forma continua, gracias a los medios de comunicación y de la herramienta tecnológica– y, sobre todo, de la creación simbólica de adversarios externos o internos a los que combatir.

El fin de la lucha es modificar el status quo, es hacer que termine el establishment de las élites y, para conseguirlo, se usan medios e informaciones, que desencadenan reacciones emotivas o actitudes –que los “detractores” del populismo han clasificado como resultado de una cultura ingenua y popular, en sentido despreciativo–, que se unifican y se trasforman en acciones, que respaldan la idea de participación democrática para la consecución de un objetivo.

Por otro lado, la lógica de acción de aquellos que clasifican el populismo como expresión de la *ingenuitas* de los seres humanos –además de ser la causa que lo genera–, y como incapacidad de reconocer la validez de una medida que se apoya en la práctica, prefiriendo soluciones sencillas, para cumplir en el corto plazo con la voluntad popular y no tienen en cuenta los posibles impactos, se refieren a la ingenuidad sinónimo de inocencia, inexperiencia y hasta ignorancia.

En mi opinión, aquí se puede encontrar otra razón que demuestra una cierta propensión al uso del término ingenuidad en su sentido peyorativo, aunque, como se ha visto antes, la ingenuidad es algo distinto de la inocencia y aún más de la ignorancia.

No siendo este el lugar para desarrollar una reflexión sobre el mal uso que, en mi opinión, seguimos haciendo del término *ingenuus* y, por supuesto, de *ingenuitas* y dejando para otro momento la oportunidad de reflexionar sobre por qué se prefiere usar la palabra ingenuidad como sinónimo de inocencia, inexperiencia, facilidad ... y no como una forma diferente de ver e interpretar cosas, de transmitir pensamientos e ideas de una manera auténtica, clara y objetiva, a través de esta investigación, tratamos de reflexionar sobre cómo la inocencia antes y la ingenuidad después pueden hacer posible que estos rasgos de la personalidad humana sean reconocidos como herramienta hermenéutica y como manera de expresar las cosas de forma diferente.

A mi modo de entender las cosas, dado por sentado que la ingenuidad, a pesar de lo que semánticamente se le asocia, posee un significativo potencial persuasivo, si comenzáramos a pensar en la ingenuidad como la manifestación de la originalidad y de la creatividad originaria del hombre, quizás podría hacer que el adulto vuelva a ver el mundo, tal y como lo veía cuando era niño, lo que no significa refugiarse en un entorno irreal y lejos de inquietudes y responsabilidades, sino *re-aprender* a formular hipótesis, interpretar la realidad de una manera distinta, volver a *re-encontrar* autenticidad y trasladarla a las relaciones sociales y comunicativas, para expresar ideas, pensamientos y emociones, a través de un lenguaje claro y sencillo, coherente y capaz de hacer visible las cosas en su objetividad, así como se manifiestan en su naturaleza.

## 2.6 La pérdida de la ingenuidad

Cronológicamente hablando y según cuanto afirman los estudios de psicología evolutiva, la adolescencia representa el momento más importante y al mismo tiempo más problemático en el ciclo de la vida, por el hecho de coincidir con la pérdida de la ingenuidad y de la inocencia.

Este proceso natural implica que, dentro de un tiempo muy corto, el adorable pequeño de la familia se convierta en una bomba de relojería, a merced de las emociones, los cambios físicos y las tormentas hormonales.

En apariencia, es el mismo sujeto, aunque en realidad es un individuo que quiere alejarse de su hogar protegido y circunscrito, para hacer su entrada en la sociedad. Es justo aquí donde se genera la ruptura con el mundo adulto y empiezan las dificultades de interpretación y comprensión recíproca. Es aquí donde se abandona la inocencia y la dependencia de la autoridad social –con la familia– y aquella cultural –con la experiencia– para expresar “ingenuamente” su verdadera personalidad, a través de sus rasgos y de su singularidad. Al ser humano se le pide sacrificar la inocencia, que había dominado el período infantil, abandonar la sexualidad ingenua de la infancia y dejar aquel lugar incierto y enigmático del juego. Todo esto, para llegar a dar forma a un proyecto de vida –relacionado con su deseo sexual y sus propias actitudes– que, una vez alcanzado, será el molde donde tomará forma y estructura su identidad activa y pragmática y que, una vez asumido con responsabilidad, pondrá fin al sujeto ingenuo, pasivo de la infancia<sup>146</sup>. Este pasaje, desde el entorno familiar a la realidad social, representa casi un segundo nacimiento, que proyecta a el/la adolescente en una nueva dimensión, donde las relaciones con los demás, los mundos posibles y la exploración de los lugares prohibidos durante la infancia asumen muchísima importancia para definir su propia individualidad. La pérdida de la ingenuidad cronológica coincide con el paso natural de la infancia a la adolescencia hacia la vida adulta, lo que supone muchísimos cambios en las relaciones sociales e interpersonales, pero no impide que diferentes aspectos de esa personalidad ingenua permanezcan activos, incluso en los años siguientes, identificándose en aquellos rasgos de la que he llamado “ingenuidad originaria”.

---

<sup>146</sup> KANCYPER, Luis, *Adolescencia, el fin de la ingenuidad*, Buenos Aires, Lumen, 2007.

Sin embargo, la pérdida de la ingenuidad—que es un hecho—, cuya “disolución” está decidida *a priori*, no debería preocupar tanto como la sensación de ingenuidad perdida—que en cambio es un proceso—que experimenta la sociedad de nuestros tiempos.

### 2.6.1 La ingenuidad negada

La historia de la infancia es una pesadilla de la que sólo recientemente hemos comenzado a despertar. Cuanto más se retrocede en la historia, tanto menor será el grado de atención para el niño, y con mayor frecuencia se vuelven a él el destino de ser asesinados, abandonados, golpeados, aterrorizados y de sufrir violencia sexual.  
(Lloyd de Mause)

La dificultad de considerar la ingenuidad en su significado original es comparable a la que el concepto de infancia ha encontrado, en el curso de la historia humana, antes de ser considerado como una categoría social, como representación de algo único e irrepetible.

A pesar de que los niños siempre han estado presentes en el ciclo evolutivo de la humanidad, como testimonio de la continuidad parental y de la perpetuación de la especie, lo mismo no se puede decir de la infancia, en su significado más amplio, por el hecho de que, todavía, no existe una idea clara y compartida sobre esta etapa del crecimiento, en equilibrio entre lo definido y lo incierto, expresión de una realidad en transformación y que coincide con la “desaparición” del niño y el “nacimiento” del adulto.

Para hablar de ingenuidad, de inocencia y/o de infancia ha sido necesario profundizar, por medio de un *análisis histórico*, en como estos conceptos, a través de la influencia de factores culturales, sociales, económicos, políticos e incluso demográficos, han evolucionado, en relación con las diferentes etapas históricas y, por medio de un *análisis comparativo*, llegar a darnos cuenta de los distintos significados que, en los diferentes países del mundo, se les han asociado.

Las primeras referencias históricas relacionadas con el mundo de la infancia las encontramos en los Vedas, con capítulos dedicados a la higiene y cuidados del niño. En Mesopotamia el Código Hammurabi (2.250 A. de C.) es la primera legislación para la infancia, que recoge la protección del pueblo

babilónico a los huérfanos. Los niños gozaban en general de un buen trato en la sociedad egipcia, dado el carácter matriarcal imperante en dicha civilización. El Papiro de Ebers que recopila la medicina egipcia, daba orientación sobre el cuidado a los niños. Salvo estos documentos hay que anotar que en las civilizaciones primitivas los niños eran los que recibían menos atención. Muchas veces eran exterminados por motivos rituales como sacrificio a los Dioses. El infanticidio de hijos legítimos e ilegítimos era práctica habitual en la antigüedad<sup>147</sup>.

La idea de infancia, durante el desarrollo de la civilización griega, se asocia principalmente a la *agresividad* que los griegos adoptaron contra este periodo de la vida de un niño o de un joven y refleja, además, la evolución cultural de un pueblo, que se ha desarrollado a través del *mythos*, *logos* y *ethos*.

En la Grecia arcaica, la infancia es totalmente o incluso forzosamente negada, hasta el punto de que, tampoco la ciencia llegó a interesarse demasiado por la investigación sobre los niños: un “fenómeno” natural, cuya interpretación se revela tal vez más allá de las posibilidades humanas.

Con el parto, termina la atención que Hipócrates reserva a la edad evolutiva, por el hecho de que el estado futuro de la salud del niño, en parte ya decidido durante el embarazo, depende única y exclusivamente de la madre, que es a la que hay que tutelar.

Los médicos admitieron su impotencia frente a la incapacidad para controlar una realidad, como la infancia, sin tener pruebas algunas, que pudieran justificar aspectos relacionados con esta etapa, como el crecimiento rápido del cuerpo, la adquisición de nuevas habilidades, la transición del llanto a la risa y otras más.

Los hijos son propiedad del padre y hasta cuando son menores de edad, no se tratan como seres humanos, sino como elementos de negocio y una mano de obra fácilmente adiestrable.

---

<sup>147</sup> TRUJILLO ARMAS, Raúl, “Derechos del niño: evolución y perspectivas desde la pediatría social”, *Revista Canarias Pediátrica*, 2000, 24, núm. 3.  
Online en: <http://scptfe.com/indic/download.php?idfichero=349> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

Los adultos, por su lado, asustados por el inevitable paso del tiempo, que los dejará sin poder, sin fuerzas y sin belleza, consideran a los jóvenes, que encarnan el emblema de estas cualidades, como la amenaza *en acto*, que se está realizando y los niños como un peligro *en potencia* y por este motivo les tienen miedo y sobre todo les envidian.

Los niños representan el obstáculo para el desarrollo de la sociedad, porque sus buenas cualidades se transforman, durante el crecimiento, en egoísmo y en necesidad de hacerse respetar, abriendo el camino al conflicto generacional, lo mismo, que siglos más tarde dará lugar al reconocimiento de los derechos de la infancia y de la adolescencia.

El tema del conflicto generacional demuestra, por un lado, la importancia que los antiguos helenos atribuyeron a la relación *infancia-madurez* –un par de opuestos que les preocupaba mucho más que la relación entre masculino y femenino, esclavo y dueño o entre griegos y bárbaros– y, por el otro, justifica la excesiva acritud que adoptaron hacia las nuevas generaciones.

El conflicto en la Grecia pre política se resuelve, mediante la eliminación de la causa misma del conflicto. Una supresión que podría ser física, como en el caso de los menores enfermos y/o malformados, o cultural, a través de la negación de esta etapa del crecimiento.

La educación es prerrogativa del Estado, que dispone del niño y es el directo responsable de su formación, siempre y cuando cumpla con los requisitos de las *polis*, por el hecho de que la educación es pública, pero no es universal.

Siendo el físico y la apariencia física, por supuesto, dos de los aspectos más tenidos en cuenta en la educación griega, el Estado *selecciona* sólo los *mejores*, entre sus jóvenes, y *descarta*, aleja<sup>148</sup> o incluso *elimina* los que no corresponden a esos requisitos: los discapacitados son arrojados a los barrancos, por no responder a los criterios que remiten al buen origen o buen linaje, principios que estarán en la base de las aberrantes teorías *eugenésicas*<sup>149</sup>.

---

<sup>148</sup> “[...] aquellos niños que nacen lisiados, hay que esconderlos en un lugar secreto y oculto”. (Platón, *República*, V, 9, 460c).

<sup>149</sup> El término *eugenésia*, que hace referencia al “buen nacimiento”, fue utilizado a lo largo de los siglos, para apoyar las razones de un proyecto social que tenía, entre sus obligaciones, la de defender el mejoramiento de las características hereditarias del hombre, por medio de formas de intervención manipuladas y métodos selectivos de seres humanos. Los espartanos, entre los siglos V y III a.C., a pesar de no tener conocimiento alguno de la teoría evolucionista de Darwin, para implantar socialmente ese proceso de selección eugenésica, fueron los auténticos precursores de esta aberrante costumbre. Sin embargo, a partir de su vinculación con las políticas raciales impulsadas por el régimen nazi en Alemania

Como es bien conocido y atestiguado amplia y detalladamente por Plutarco, en Esparta:

Τὸ δὲ γεννηθὲν οὐκ ἦν κύριος ὁ γεννήσας τρέφειν, ἀλλ' ἔφερε λαβὼν εἰς τόπον τινὰ λέσχην καλούμενον, ἐν ᾗ καθήμενοι τῶν φυλετῶν οἱ πρεσβύτατοι καταμαθόντες τὸ παιδάριον, εἰ μὲν εὐπαγὲς εἴη καὶ ῥωμαλέον, τρέφειν ἐκέλευον, κληῖρον αὐτῷ τῶν ἐνακισχιλίων προσνείμαντες· εἰ δ' ἀγεννὲς καὶ ἄμορφον, ἀπέπεμπον εἰς τὰς λεγομένας Ἀποθέτας, παρὰ Ταῦγετον βαρathρώδη τόπον, ὥς οὔτε αὐτῷ ζῆν ἄμεινον ὄν οὔτε τῇ πόλει τὸ μὴ καλῶς εὐθὺς ἐξ ἀρχῆς πρὸς εὐεξίαν καὶ ῥώμην πεφυκός. Ὅθεν οὐδὲ ὕδατι τὰ βρέφη, ἀλλ' οἶνῳ περιέλουον αἱ γυναῖκες, βάσανόν τινα ποιούμεναι τῆς κράσεως αὐτῶν. Λέγεται γὰρ ἐξίστασθαι τὰ ἐπιληπτικὰ καὶ νοσώδη πρὸς τὸν ἄκρατον ἀποσφακελίζοντα, τὰ δ' ὑγιεινὰ μᾶλλον στομοῦσθαι καὶ κρατύνεσθαι τὴν ἕξιν<sup>150</sup>.

La idea que sigue, a pesar de la costumbre atroz y bárbara, que no podrá justificar razón alguna, es la concepción de la educación como un conjunto de teorías a las que no corresponde una reflexión sobre la idea de niñez y de niño, que no tiene en ninguna consideración la infancia, como etapa definida en el proceso de desarrollo de la personalidad, ni tampoco su punto de vista, sus expectativas y/o deseos, simplemente por el hecho de que la infancia es culturalmente negada.

---

que, a través de su retórica, que asociaba los *desviados* (personas con problemas físicos o psíquicos, homosexuales) y los *conflictivos* (comunistas, judíos, gitanos...) a seres destinados a tener una vida indigna de ser vivida, llegó a impulsar la aplicación de esta práctica, para suprimir esa “plaga social”, así como los programas que proponían un pueblo uniforme y de pura sangre y que no comprendiera epilépticos, ciegos, alcohólicos, mujeres consideradas promiscuas, que fueron impulsados en Suecia y en Estados Unidos, hicieron que esta disciplina comenzó a ser condenada y prohibida.

<sup>150</sup> “Nacido un hijo, no era dueño el padre de criarle, sino que tomándole en los brazos, le llevaba a un sitio llamado Lesca (pórtico), donde sentados los más ancianos de la tribu, reconocían al niño, y si era bien formado y robusto, disponían que se le criase repartiéndole una de las nueve mil suertes; más si le hallaban degenerado y monstruoso, mandaban llevarle a las que se llamaban “apotetas” o “expositorios”, lugar profundo junto al Taigeto; como que a un parto no dispuesto desde luego para tener un cuerpo bien formado y sano, por sí y por la ciudad le valía más esto que el vivir. Por tanto, las mujeres no lavaban con agua a los niños, sino con vino, haciendo como experiencia de su complexión, porque se tiene por cierto que los cuerpos epilépticos y enfermizos no prevalecen contra el vino, que los amortigua, y que los sanos se comprimen con él, y fortalecen sus miembros”. [PLUTARCO, “Licurgo”, en: Meriani, Angelo-Giannattasio Andria, Rosa (a cura di), *Vite*, Torino UTET, 1998, p. 69].



Según Aristóteles, “la represión de la infancia –como etapa de la vida y como rasgo caracterial– resulta el eje sobre el que construir la *poleis*, que es la conclusión de todo el proceso evolutivo”<sup>151</sup>.

Educarse sí mismo, aprender las virtudes lleva a la destrucción de la niñez intrínseca en cada ser humano, para dar paso a la parte adulta y racional, a el *habitus* virtuoso que es condición necesaria para la construcción de un *ethos* que, aunque rígido y represivo, se quede firme y orientado a rechazar todo lo que está en contra del sistema.

Con Aristóteles se empieza a hacer referencia a la infancia en su sentido *cronológico* y también como rasgo *caracterial*, que está casi siempre asociado con algo negativo.

Las cosas no fueron tan distintas en la vecina *civitas romana*, donde el *infans* era el que no podía hablar, el que no tenía la capacidad de comunicar, por falta de conocimiento del lenguaje y por esto alejado de todas las actividades relacionadas con el razonamiento.

Además, era el que no tenía acceso a la *praxis* ni a los secretos escondidos en torno a los temas referidos a la sexualidad, que eran prerrogativa exclusiva de los adultos, para que pudiesen posponer su dominio sobre el niño.

El poder de la *patria potestas* y el del *vitae necisque ius*, otorgaban al *pater* la facultad de disponer de la vida y de la muerte de sus hijos, como la de las mujeres y de los esclavos; un *poder/derecho* que termina sólo con su fallecimiento.

El niño y su infancia no se manifiestan a través de los rasgos que los caracterizan, por el hecho de ser una simple proyección de la voluntad paternal, que puede decidir abandonarlo, venderlo como un esclavo y/o castigarlo, incluso con la muerte.

Hay muchas fuentes históricas que dan fe de la crueldad de los padres romanos: cuenta Tito Livio, en su *Ab Urbe condita*, de un dictador –Lucio Manlio Capitolino, llamado también el Imperioso (363 a. de C.)–, que llegó a condenar a su hijo, simplemente para que aprendiera la suerte que tuvo al nacer de un padre tan poderoso:

---

<sup>151</sup> STORONI PIAZZA, Anna Marina, *Padri e figli nella Grecia antica*, Roma, Armando Ed., 1991, p. 53.

Criminique ei tribunus inter cetera dabat quod filium iuvenem nullius probri compertum, extorrem urbe, domo, penatibus, foro, luce, congressu aequalium prohibitum, in opus servile, prope in carcerem atque in ergastulum dederit, ubi summo loco natus dictatorius iuvenis cotidiana miseria disceret vere imperioso patre se natum esse<sup>152</sup>.

El ejercicio incondicionado de la *patria potestas* sitúa a los niños y los jóvenes, a pesar de poder disfrutar de derechos civiles, en una posición de evidente subordinación con respecto al *pater*, sin llegar nunca a ser un sujeto de derechos, por el hecho de que se encontraba *sub alieno iure*, hasta que el *pater familias* quedara vivo.

Las primeras ideas sobre la infancia, como etapa específica de la vida del hombre, empezaron a aparecer durante el paso de la Edad Media al Renacimiento, aunque según un enfoque principalmente religioso y moralista.

El niño es un ser impuro, condicionado por el pecado original y por los impulsos sexuales y por esta razón todas las teorías pedagógicas que fueron desarrolladas, que todavía seguían sin tener ningún interés para la infancia en sí misma, representaron más bien una consecuencia de la investigación sobre la naturaleza del ser humano y, aunque reconociesen la infancia como edad de la inocencia, tenían como único objetivo el de preservar a los infantes de los peligros asociados al instinto sexual, fortaleciendo su físico y sobre todo su moralidad.

Sin embargo, fue a partir del siglo VIII, cuando empiezan a circular nuevas ideas acerca de la infancia, que influyeron sobre la que llegará a ser la psicología del desarrollo.

Entre aquellas, las del británico John Locke (1632-1704), conocidos como el padre del empirismo, que en su obra *Algunos pensamientos sobre la educación* (1693), puso su atención en la necesidad de favorecer el aprendizaje de los niños, cuya mente era, desde su nacimiento, una *tabula rasa*, a partir de la experiencia y de su

---

<sup>152</sup> “[...] Sin haber sido condenado por ningún delito, se le expulsó de Roma, de la casa y de los dioses del hogar, se le prohibió la entrada al foro, la luz del día, la compañía de los compañeros: su padre le condenó a un trabajo de esclavo, casi como en una prisión o cadena perpetua, donde él, joven de noble nacimiento, el hijo de un dictador, habría podido enterarse, a través de la miseria cotidiana, que nació de un padre Imperioso de verdad”. [LIVIO, Tito, *Ab Urbe condita libri*, Libro VII, vv. 4-5]. Online en: <http://www.thelatinlibrary.com/livy/liv.7.shtml> [Último acceso: 28 de abril de 2018].

natural inclinación al descubrimiento, al experimentar para encontrar el porqué de los fenómenos, limitando, al mismo tiempo, las puniciones corporales.

Una posición tan innovadora, al respecto de lo que se conocía, que fue adoptada y después ulteriormente desarrollada, por el ginebrino Jean Jacques Rousseau (1712-1778).

La evolución y los cambios que iban realizándose, a lo largo de los años, desde el punto de vista social y cultural, el traslado gradual desde la vida agreste a una más urbanizada, acentuaron, en un cierto sentido, la distancia entre un modelo de vida más original y más similar a la naturaleza misma del ser humano, y aquello artificial y menos auténtico que el progreso estaba introduciendo, con el consiguiente embrutecimiento de las costumbres humanas.

Junto al progreso civil, surgen el vicio, la degeneración y la corrupción, que transforman la candidez del “buen salvaje” en algo que pueda ser utilizado en su perjuicio. La convicción de que el progreso social fuera la causa del empeoramiento del hombre, lo llevó a pensar en una teoría educativa, que tenía como reto el de prevenir la influencia corruptora de la sociedad: un proceso de aprendizaje que favorecía, según una inclinación natural y sin necesidad de proponer o imponer algo, el desarrollo de la personalidad del hombre, a través de la experimentación y de los errores. Educar coincide con el programar el desarrollo del *niño/objeto* y hacer de él un hombre, teniendo en cuenta su distinta esencia. En este aspecto, Rousseau se sobrepone a su inspirador, introduciendo en el debate el *yo* del niño –y su inocencia–, como sujeto autónomo y responsable de sus decisiones. *Emilio*<sup>153</sup> tiene que aprender, a través de su misma experiencia, como orientar sus instintos sociales y protegerse de las influencias negativas, según van apareciendo.

---

<sup>153</sup> El *Emilio* o *De la educación* (1762), más allá de las críticas que hayan seguido en contra de este esbozo de psicología del desarrollo y de la falta de empatía y emoción que caracteriza el acercamiento de Rousseau al mundo infantil –dejó crecer sus tres hijos en un orfanato–, hay que reconocer que, a pesar de todo, condicionó el pensamiento psicológico que iba desarrollándose, sobre todo con la introducción del *yo* del niño, como algo autónomo y distinto de los adultos y de la programación de la evolución del ser humano, que se realiza a través de pasos a etapas diferentes y que se caracterizan por las distintas modalidades, a través de las que cambian la manera de pensar, percibir y comportarse del joven. La educación, que es indirecta, debe tener en cuenta las capacidades que están presentes, quizás por ser algo innato, en el ser humano y diseñar un programa educativo que se ajuste a estas. El crecimiento se realiza a través de etapas: de la edad de la naturaleza, del *infans* que llega a ser *puer*, que dura hasta los diez/doce años, donde, todavía, no se han desarrollado capacidades reflexivas tales como para permitir pensamientos complejos, en la que los niños viven como animales; después se pasa a aquellas etapas que coinciden con la aparición del razonamiento complejo y de las pasiones, que siguen hasta los quince/veinte años y finalmente, la edad de la sabiduría, donde el joven se transforma en adulto.

La ingenuidad originaria vuelve a aparecer y a ser el medio por el cual el infante se pone en contacto con la experiencia y los fenómenos naturales, de los cuales quiere descubrir la causa de su existencia.

Pero, afortunadamente, fue una estancia muy breve, por el hecho de que los adultos, en teoría, “asesoran y orientan” los intereses de los jóvenes hacia la adquisición de herramientas para el aprendizaje de nuevas habilidades, aunque, en la práctica, se convierten en los que deciden sobre sus elecciones y hacen que la libertad, de la que los jóvenes piensan disponer, se transforme en una especie de dependencia de la voluntad de sus mayores.

Extraño aprendizaje de la libertad. Emilio corre el riesgo de no volverse nunca autónomo, porque desde el principio las relaciones que con él mantiene el maestro tienen algo de monstruoso. También ahí la experiencia deforma la realidad. Pero recordemos que Rousseau nunca dijo que las relaciones entre Emilio y el preceptor debían ser las relaciones reales entre el maestro y el alumno<sup>154</sup>.

Dejando atrás las incongruencias del pensamiento del ginebrino, le reconocemos el mérito de haber empezado a considerar la infancia no sólo como una etapa específica de la vida del hombre, sino más bien como un verdadero *modus vivendi*, como manifestación de la pureza, como un mundo lleno de optimismo y muchos ideales. Sin embargo, una de las principales preocupaciones del siglo XVIII fue la de justificar las consecuencias introducidas con el progreso en relación con el hombre civilizado, adoctrinado y “el buen salvaje” propuesto por Rousseau. En esta misma línea, aunque con ánimo polémico, el pensamiento de François Marie Arouet, mejor conocido como Voltaire<sup>155</sup> que, a través de la publicación de *El ingenuo*, se entromete en los planteamientos del ginebrino hasta romper con él<sup>156</sup>.

---

<sup>154</sup> LECERCLE, Jean Louis, *Jean Jacques Rousseau. Modernité d'un classique*, París, Larousse, 1973, p.177.

<sup>155</sup> Voltaire, seudónimo de François Marie Arouet, nació en París en 1694 y murió en 1778. A pesar de haber sido un personaje bastante controvertido en su época, por su ideología y su ataque a las instituciones del gobierno, de la iglesia, fue una de las figuras más representativa de los Siglos de la Luz y del enciclopedismo del siglo XVIII. “El ingenuo” es la historia de un viajero exótico que irá descubriendo con asombro las costumbres europeas y sus contradicciones. El relato irá escarbando en las aventuras y ahondará en las complicaciones propias de un salvaje en un mundo civilizado.

<sup>156</sup> En diciembre de 1764, Voltaire —cuya mala opinión y poca estima por Rousseau se conocía desde hace tiempo—, además de las acusaciones, las mentiras u otras cosas relacionadas con el filósofo ginebrino, le reprocha haber abandonado a sus hijos. “Reconocemos con dolor y sonrojo, que hay un hombre que aún

El relato apareció en 1767 y, entre los temas que se abordan, prevalece el del conflicto y el de la posible conciliación entre la ley natural y los efectos de la civilización. Para Voltaire, *El Ingenuo* es la personificación de la ley natural, del joven sano de cuerpo y alma, valiente, generoso, cuya rectitud choca con las hipocresías y convenciones de la sociedad.

*El Ingenuo*, al guiarse por su instinto, tiene una especial lucidez para desenmascarar los prejuicios de los demás, causados por la moral y las costumbres que han modificado la conciencia histórica y llenado la mente de los hombres con falsas promesas,

En aquellos años, además, se están experimentando también los efectos de la Revolución industrial, que dio lugar a nuevos cambios y a una idea diferente de estructura familiar y social.

La familia se hizo cada vez más nuclear y condicionada, por los efectos de la sociedad productiva; el matrimonio es más a menudo un vínculo de tipo afectivo y pierde aquel carácter puramente económico y público que tenía antes; comienza un verdadero control de la natalidad, que coincide con la gradual disminución de la mortalidad infantil.

De la idea de *niño/propiedad* de los padres se llega a la de *niño/valor afectivo* en sí mismo y para la sociedad, aunque al principio sólo para los hijos de los más ricos, dado que fueron las propias razones económicas las que impidieron la extensión de esta atención a todos los niños, incluso aquellos que, para compensar las dificultades de sus familias, fueron explotados en fábricas, minas o empleados como deshollinadores. Fue gracias a las obras literarias de intelectuales como Charles Dickens, William Blake o William Wordsworth, como hemos visto antes, que estas injusticias empezaron a ser conocidas y rechazadas.

A este tímido reaparecer de la ingenuidad, como medio para la investigación de lo experimentable y de la infancia, como manifestación del yo del niño, no siguió todavía un verdadero acercamiento a la infancia y al reconocimiento de su esencia como distinta de la del adulto.

---

lleva sobre sí el signo fatal de sus juergas y que, disfrazado como un acróbata, arrastre consigo, de pueblo en pueblo, de montaña en montaña, a la mujer infeliz, que ha perdido la madre, y cuyos hijos fueron dejados a la puerta de un hospicio". [ROSSI, Paolo, "Nota sui testi e sulla biografia", *Opere di Rousseau*, Firenze, Sansoni, 1972, p. LXV].

La sociedad dominante está más orientada a poner en marcha estrategias y programas educativos, para implementar la audiencia de “alfabetizados”, según todo lo que habían aprendido de los principios surgidos de la Ilustración y de las revoluciones sociales que iban difundiéndose en Europa.

Sin embargo, el verdadero motivo de su interés acerca de esta realidad es otra cosa: en unas palabras, el control sobre las masas, la perpetuación del poder, la propaganda de ideas y el entrenamiento, que habrían conducido a la producción de un número siempre mayor de acólitos más que de seres pensantes.

La educación pública, así como la conocemos, nace entre el fin del siglo XVIII y principio del XIX en Prusia, donde los gobernantes, para evitar las revoluciones que sucedían en Francia y ganarse la benevolencia de sus súbditos –en realidad para tener a disposición un pueblo dócil, obediente y listo para las guerras–, empezaron a incluir algunos principios de la Ilustración, aunque con el mantenimiento de un régimen absolutista<sup>157</sup>.

La estructura de la enseñanza pública, que mucho tenía en común con la *αγωγή* espartana, fomentaba la disciplina, la obediencia y el “autoritarismo” y el éxito que tuvo ese paradigma educativo no tardó mucho en difundirse a nivel internacional.

Educadores de todo el mundo empezaron a tener en cuenta este exitoso método y viajaron a Prusia para aprenderlo y aplicarlo después en sus países, transmitiendo también la paradójica idea de educación para todos en un contexto, cuya esencia se apoyaba en el despotismo y perpetraba el mantenimiento de un régimen elitista, acentuando la división de clases.

El mismo Napoleón, años después, llegó más allá, pensando incluso en la “formación” de los docentes, para que aprendieran métodos para controlar y orientar la opinión de los estudiantes. La escuela evoluciona en un mundo que se asienta sobre una economía industrial y resulta la respuesta ideal para las necesidades de las clases de los trabajadores, así como de los empresarios, que llegaron hasta a financiar, a través de sus fundaciones, la escolarización obligatoria, para garantizar empleados formados y ciudadanos a disposición del sistema<sup>158</sup>.

---

<sup>157</sup> Véase: *La educación prohibida*, en: <http://www.youtube.com/watch?v=-1Y9OqSJKCc> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>158</sup> *Ibídem*

La infancia pasa de ser negada a ser plasmada según los intereses de la clase dominante y adaptada a las exigencias de la sociedad; así que se empieza a considerar al niño como *producto* de la educación pública y el modelo productivo, al que miraba la realidad industrial, se traslada y aplica, aunque no de manera explícita, incluso al mundo de la enseñanza y de la escuela, por supuesto, cuyo único reto es el de producir ciudadanos respetuosos, con el mismo nivel de conocimientos, consumidores y trabajadores eficientes, dejando a un lado su personalidad y su individualidad.

El nacimiento de la psicología empírica además como una ciencia distinta de la filosofía especulativa —que introdujo el estudio de la percepción humana, de su conciencia y de cómo funciona la memoria—, pese a los conocimientos adquiridos alrededor de las modalidades de funcionamiento de la mente y de cómo el desarrollo de la personalidad se consideraba un proceso de *adaptación* al ambiente en el que se vive, no logró cambiar esta perspectiva y estuvo cerca de legitimar esta reducción de la individualidad humana a algo que podría ser medido y cuantificado, a números, a resultados de encuestas y valores estadísticos.

Tampoco la teoría evolutiva de Darwin, que abrió puertas a las ideas de que el desarrollo evolutivo se despliega a través de la transmisión de los rasgos genéticos más adaptables al entorno en el que se realiza este proceso, o la de las características asimiladas desde aquel entorno o que la inteligencia—y todas las facultades relacionadas con esta, como la memoria y el pensamiento —, pudiera ser medida a través de *test*, que introdujeron, entre todos, el concepto de *edad mental*<sup>159</sup>, llegó a mitigar el ansia de poder y control que el adulto, como la sociedad en general, necesita ejercer.

La infancia, según un enfoque histórico, ha ganado su posición autónoma en la sociedad, ha sido reconocida como etapa del desarrollo del ser humano, ha llegado a ser objeto de estudio de la psicología y de las ciencias sociales, hace que se supere

---

<sup>159</sup> El primer *test de inteligencia*, más bien conocido como *escala de Binet y Simon*, comisionado por el Ministerio de Educación francés, que decidió abrir clases de educación especial, para niños discapacitados, fue elaborado por Alfred Binet (1857-1911), a principio del siglo XX. Se componía de unas series de preguntas calibradas para grupos de niños de diferentes edades y pruebas más complejas, destinadas a explorar procesos mentales de orden superior, tales como la memoria, las imágenes mentales, la comprensión o incluso el juicio.

la relación *infancia=inferioridad* y que el estudio de los primeros años de la vida de una persona llegue a ser un “estudio de campo” de la investigación científica.

Desde una perspectiva comparativa, sin embargo, la infancia todavía no consigue librarse de su estatus de dependencia del pensamiento *adultocéntrico*.

La ingenuidad, la inocencia, la espontaneidad no se consideran como modalidades expresivas, sino *fenómenos* que pueden ser medidos y estandarizados.

No se tiene en cuenta todavía que cada individuo no es un objeto, sino un sujeto único e irrepetible y que su *naturalidad* estará siempre presente a lo largo de su evolución.

Las teorías de Freud y el psicoanálisis, en general, explicaron esta presencia, introduciendo el concepto de infancia como representación del *pasado* del adulto—la piedra angular de su vida anterior—, dominado por la libido y los instintos y que, a pesar del control ejercitado por la razón y la moral, sigue condicionando sus elecciones.

El siglo XX fue el siglo en el que, finalmente, la infancia empieza a salir de la zona de sombra, pasando de ser considerada como representación del mundo adulto *en potencia*, a ser reconocida como un valor específico, como algo propio que pertenece a una persona que, desde su nacimiento, posee su propia manera de ser, de interpretar las cosas, de sentir, probar emociones y pensar, según cuanto le reconocen las leyes del desarrollo y su derecho a la vida.

Desde el punto de vista histórico, se asiste a la transición desde la idea “adultística” de la infancia —entendida única y exclusivamente como un paso entre las etapas obligadas para alcanzar la madurez— a una concepción de esta fase de la vida evolutiva del hombre como algo importante y significativo en sí mismo, un viaje a través del porvenir, que permite descubrir como cada momento representa algo nuevo y que no se puede repetir, desde el enfoque comparativo, la idea sobre el niño no va mejorando a lo largo de los siglos, por lo menos hasta las primeras décadas del siglo XX.

De hecho, como hemos visto, desde Platón, que definía los niños como los animales salvajes más difíciles de domesticar, llegando a Kant, que consideraba el adiestramiento como la premisa de cada verdadera enseñanza y así como se pudieran domar bien los perros y los caballos salvajes, se pudieran amaestrar



incluso los seres humanos, los niños han sido considerados como sujetos portadores de vicios, maldad y otras deficiencias<sup>160</sup>.

Una visión que para algunos sigue existiendo, cuando la rebelión de los adolescentes en las *banlieux* de París le lleva a definir los jóvenes como una horda de animales salvajes, “*seres dionisiacos, amantes de los placeres, que viven sólo para gratificarse a sí mismos*”<sup>161</sup>.

La Declaración de Ginebra de 1924, así como la de los Derechos del Niño de 1959 y la Convención sobre los Derechos de la infancia de 1989, fueron algunos de los actos que condujeron al reconocimiento de la infancia como etapa del desarrollo, que debe ser protegida y apoyada por la sociedad y del niño como sujeto de derechos: original, inocente, libre del condicionamiento social y de prejuicios, consciente de su existencia y autor de sus experiencias, el niño construye sus conocimientos y expresa su visión del mundo a través de su ingenuidad, cuya privación debe ser entendida como un acto de violencia.

---

<sup>160</sup> D’AMATO, Marina, *Ci siamo persi i bambini*, Bari, Laterza, 2014, pp. 32-33.

<sup>161</sup> *Ibidem*, p. 34.

## 2.6.2 La ingenuidad deseada y la ingenuidad alcanzada

Hablando de la historia de la infancia, nos hemos dado cuenta de cuantas dificultades y obstáculos ha encontrado esta etapa del desarrollo humano en ser aceptada y defendida y de todos los intentos, a nivel sociocultural, formativo y comunicativo, que el mundo adulto ha puesto en acción, para limitar, controlar, dirigir e incluso eliminar cada rasgo que pudiera ser relacionado con la infancia y con aquella propensión a *“desear y a hacer siempre lo que desean..., a dejarse dominar por sus impulsos..., amar en exceso, odiar en exceso..., creen saberlo todo y están absolutamente seguros de todo”*<sup>162</sup>.

Hoy en día, parece que casi asistiéramos al desarrollo de una situación totalmente opuesta, donde aquellos –en el sentido de los adultos en general– que antes han intentado empañar e incluso negar la infancia, son los mismos que van buscando, en ese mundo, la forma de “bloquear” el paso del tiempo y por eso hacen propias actitudes y formas de expresarse que los ayudan, por lo menos a nivel psicológico, a permanecer anclados a una fase de la vida –en modo particular en la adolescencia y en la juventud en general–, que debería ser transitoria.

Es verdad que, la actual situación económica y la consecuente dificultad para las jóvenes generaciones de encontrar actividades estables y suficientemente remuneradas que permitan la planificación de un proyecto de vida que se considere apropiado, contribuye a posponer los objetivos que antes se consideraban fundamentales para entrar en la vida adulta y para dar paso a los cambios que la vida requiere.

Considerada además la rapidez con la que esos cambios se presentan, se ha fortalecido la sensación de que la mayoría de las situaciones y de las cosas son reversibles y lo que antes se consideraba imprescindible se haya transformado en algo más parecido a la flexibilidad, lo que permite adaptarse a los cambios que requiere nuestra sociedad.

También los “ritos de iniciación”, de una etapa de la vida a la otra, han perdido parte de su rigidez y el hecho de que todo resulte mucho más rápido y transitorio, hace aún más necesario aprovechar nuevas oportunidades, para no correr el riesgo de exclusión de ese contexto y seguir viviendo, dejando de lado las preocupaciones y las responsabilidades, las que son propias del mundo adulto.

---

<sup>162</sup> ARISTÓTELES, *Retórica*, ed. cit., II, 1389a-1389b.

Lo cierto es que, si bien en un contexto más circunscrito, la identidad y la solidez de las relaciones sociales y comunicativas representaban un recurso, en un entorno globalizado y conectado casi sin interrupción, se han convertido en un obstáculo, por el hecho de que resulta aún más complicado reconocer si la "identidad" con la que cada usuario se presenta en la comunidad virtual es verdadera o "tecnológicamente" modificada, alterada o falsa y “este particular” afecta tanto a las relaciones sociales como a las comunicativas que, como para la identidad, han perdido su solidez y se han convertido en “experiencias líquidas” y que pueden terminar en cualquier momento.

Este fenómeno que tanto sociológica como psicológicamente ha sido identificado en el término “adultescencia” –como tendencia a asumir actitudes, formas de relacionarse, de comunicarse y razonar típicas de los más jóvenes, donde la ingenuidad cronológica y la falta de experiencias significativas los dejan viviendo anclados en la memoria de ese momento de su vida, en el que todo se considera más fácil de alcanzar y no está ligado a nada más que aprovecharse de lo que hay *hic et nunc*–, si por un lado, refleja el deseo de una simplificación generalizada en todos los aspectos que están en la base de comunicación y las relaciones sociales; por otro, revela un desarrollo evolutivo problemático e incompleto hacia la madurez.

Sin embargo, este fenómeno, en vez de ser considerado una representación anómala de la personalidad y una forma “tóxica” de expresarla, ha introducido toda una serie de cambios que han afectado a las reglas y a los mecanismos de las relaciones interpersonales, sociales y lingüístico/comunicativas, que han sido sabiamente interceptados por el *business*, abriendo puertas a la “comercialización” de tal fenómeno. La forma de ser “adultescente” aborda la moda, la música, el cine y la televisión, el uso de tabletas y teléfonos móviles e incluye también el lenguaje que, por un lado, se carga de expresiones afectivas, de diminutivos, de términos cariñosos, de emoticonos, –que ayudan a mantener viva la ilusión de volver a utilizarlo de forma original, creativa y libre como hacen los niños; por otro lado, adopta términos transgresivos y de rupturas, como hacen los adolescentes.

Muchos de esos nuevos padres se han unido a la red, a través de sus hijos, han adoptado modalidades y características del lenguaje en el medio digital, así como la manera de usarlo y, especialmente en las redes sociales, han encontrado su nueva dimensión, donde se expresan en un entorno libre, mantienen un contacto continuo y comparten con otros “cyberpadres” con sus hijos y con los demás, experiencias, pensamientos, moda, música, costumbres..., e incluso llenan ese sentido de soledad que se siente en la

sociedad real donde, –a pesar de la gran cantidad de mensajes, informaciones y las muchas oportunidades y medios para producir, transmitir o recibir textos–, el individualismo y la desconfianza en los demás han hecho que las personas ya no hablen como antes, no se saluden cuando se encuentran en la calle y echen de menos una comunicación más auténtica que sepa transmitir contenidos verdaderos, que ayude a la gente a creer y confiar en los otros.

Los nuevos padres, convencidos de haber construido una “alianza” con sus hijos, por haberse acercado más a ellos e intentado hacer lo que les gusta y por haber pasado de ser "autoritarios" a ser “sumisos”, a menudo, sin darse cuenta, se encuentran tomados como rehenes por los hijos que tratan, y de quienes son tratados, por sus pares y llevan a cabo con dificultad las funciones fundamentales de orientación que deberían ejercer hacia ellos.

Este tipo de actitud, la sensación de inadecuación frente a los desafíos que surgen y que requieren ajustes constantes, tanto en la comunicación como en las estructuras organizativas y sociales de la comunidad de hablantes, han despertado en las personas la necesidad de revivir esa libertad de expresión e intelectual que poseían en la infancia y el regreso a la ingenuidad se interpretaría como la forma de restaurar la autenticidad de las relaciones humanas.

La simplificación en las relaciones de comunicación, que no debe confundirse con la falta de contenido y significado, la búsqueda de objetividad, la creatividad expresiva, la libertad de usar un lenguaje capaz de hacer visible la verdadera cara de las cosas y de los fenómenos, son características pertenecientes a la persona ingenua, de una persona que ha mantenido, incluso en la adultez, la capacidad de "leer" e interpretar la evolución de los eventos de manera diferente y esto se manifiesta en la forma que produce y transmite información, mensajes.

El ingenuo, más que otros, es por naturaleza un optimista, puede ver los cambios como un desafío y como una oportunidad más que como una amenaza y siempre está dispuesto a valorar diferentes alternativas, sin aferrarse obsesivamente a sus planes iniciales o a una única solución.

Además, posee el hábito de estar plenamente presentes, de vivir en el aquí y ahora y tiene un amplio margen de control sobre su vida y el entorno que lo rodea y, por estas razones, es capaz de aceptar las experiencias tal y como se presentan, disfrutando de los pequeños detalles, sin perder su capacidad para asombrarse ante la vida, ni tampoco la motivación para alcanzar los retos que se ha propuesto.

El deseo de autenticidad, la necesidad de mantener despierta la capacidad de ver las cosas con la misma maravilla de un ingenuo y vivirlas sin demasiada preocupación, en la búsqueda de quién sabe qué soluciones, han implicado el reconocimiento de la ingenuidad como medio para la recuperación de esa autenticidad perdida en las relaciones sociales y comunicativas y para la valorización de la espontaneidad y originalidad del saber *fenomenológico* o *saber ingenuo*, como suele llamarse entre los científicos. Sin embargo, a pesar de no aportar informaciones verdaderas y verificables, es un saber que representa el resultado de siglos de adaptación evolutiva de los conocimientos y que está relacionado con el sistema cognitivo humano.

El saber ingenuo se desarrolla a partir de la deducción de conceptos que surgen, tras la percepción y la observación de los objetos y de los hechos que se manifiestan a los seres humanos, que comienza con la abstracción, desde el conocimiento sensible de principios particulares –sin considerar características espaciotemporales–, para llegar a los universales y así garantizar la continuidad de todo un patrimonio cultural.

## 2.7 La ingenuidad perdida

No es un signo de la madurez perder por completo la ingenuidad, aún menos es natural para la existencia humana el hecho de que no lo haya sido nunca. A la existencia humana sana y honesta pertenece siempre hasta la última un cierto momento de ingenuidad<sup>163</sup>.

Con estas palabras, Søren Kierkegaard (1813-1855), intenta explicar las consecuencias, que la excesiva confianza en las leyes de la razón, trajeron y que identificaba en el “sentido de la pérdida de autenticidad”.

Para llenar este vacío, cuya causa hay que buscarla en la sociedad misma, el hombre se ha puesto en contra de ella, por haber producido este deterioro moral y social.

En efecto, según el filósofo danés, de lo que carece la edad moderna, aunque paradójicamente, sean la *ingenuidad* y el *primitivismo*, que se han sustituido por la falsa sensación de seguridad, basada en la confianza en el progreso y en la ilusión de poder conocer todo, no han conseguido otra cosa que aumentar el nivel de ansiedad y tristeza<sup>164</sup>.

Mientras que, según la doctrina eclesiástica, la pérdida fue la consecuencia del pecado –que produjo el hombre, al no respetar las leyes divinas– y del alejamiento de la serenidad del paraíso, que puso en marcha un proceso de alienación, de transformación de lo auténtico en falso, para los pensadores románticos –los que mayormente sufrieron las consecuencias de esa revolución acerca de la idea de hombre y de sociedad–, la solución estaba en la recuperación de aquel *état de nature*, aquella etapa de la vida, donde el ser humano no tiene vínculos, es autosuficiente, es ajeno a las complicaciones que le proporciona su pertenecer al mundo desarrollado<sup>165</sup>.

Esta realidad es la infancia y su capacidad de hacer vivir los sueños, que hacen menos dura la realidad cotidiana y que Friedrich Hölderlin, citado por José Luís Rodríguez García, describe a través de estas palabras:

---

<sup>163</sup> KIERKEGAARD, Søren, “La dialettica della comunicazione etica ed etico religiosa”, en: Fabro, Cornelio (a cura di), *Scritti sulla comunicazione*, Roma, Logos, 1979, pp. 75-78.

<sup>164</sup> *Ibidem*.

<sup>165</sup> AGUIRRE ROMERO, Joaquín M<sup>a</sup>, *art. cit.*, 1998.

Benditos seáis, sueños de la infancia, me ocultabais la miseria de la vida. Vosotros habéis engendrado los gérmenes del bien que hay en mi alma, me dabais los bienes que ya nunca más conquistaré<sup>166</sup>.

Se va perdiendo aquella impresión primitiva de la existencia –razón por la que todos preguntan sobre su ser humano–; se desvanece aquella ingenuidad, para la que lo que es obvio, porque así aparece, hoy se pone en duda y además descolora la capacidad espontánea de ver las cosas, como si se abrieran los ojos por primera vez. El primitivo, el originario, el simple, según Kierkegaard, no es un requisito previo que debería ser eliminado, sino el aspecto fundamental de un entorno que debería volver a ser recreado, para aliviar las dificultades de la vida.

Fue especialmente a lo largo del romanticismo, cuyo objetivo principal era el de marcar diferencias con el pasado y luchar para que se le reconociera su diversidad, que se comenzara a considerar la infancia como un espacio especial, donde no existían temores, miedos y todas las limitaciones que la conciencia adulta y la razón imponen.

Con la edad adulta empiezan los enfrentamientos, la lucha por el poder y todos los comportamientos que están relacionados con una lógica antagónica y dominadora que va desarrollándose en el yo del sujeto.

Según el profesor Aguirre Romero, “*si hay una obra romántica en la que se añore de forma plena la infancia, criticándose la acción realizada por los adultos es Las desventuras del joven Werther*”<sup>167</sup>.

El personaje goethiano, recio en aceptar la realidad es representativo de esa resistencia psíquica al crecimiento, que es, en el fondo, la negativa a aceptar la realidad impuesta. Su acercamiento e identificación con el mundo infantil, sus reacciones pueriles -en el mejor y peor sentido de la palabra- son constantes a lo largo de la obra<sup>168</sup>.

---

<sup>166</sup> Citado por: RODRÍGUEZ GARCÍA, José Luís, en: *Friedrich Hölderlin: El exiliado en la tierra*, trad. cast. Valverde, José Mª, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 1987, Vol. 1, p. 302.

\* *Die Leiden des jungen Werthers*, ejemplo importante del movimiento literario alemán *Sturm und Drang*, publicada en 1774, es una novela de Wolfgang Goethe que, tras la difusión de su obra juvenil, pasó de ser un desconocido a ser un autor y un fenómeno de referencia (hoy diríamos mediático) para los jóvenes de toda Europa que se inspiraban en el protagonista, emulando incluso su forma de vestir.

<sup>167</sup> AGUIRRE ROMERO, Joaquín, *art. cit.*, 1998.

<sup>168</sup> *Ibidem*.

Así, en las cartas del joven Werther, “*resuena a menudo el mandato evangélico que nos propone la infancia como modelo*”<sup>169</sup>:

Sí, querido Wilhelm, los niños es lo que más quiero en este mundo. Cuando los miro y veo en esa pequeña cosa el germen de todas las virtudes, de toda la energía que habrán de necesitar algún día; cuando descubro en su terquedad la constancia futura y la firmeza de carácter, en su predisposición al buen humor y la ligereza para deslizarse sobre los peligros del mundo; todo ello tan natural y puro, ¡tan...!, siempre, siempre tengo que repetir las áureas palabras del Maestro de los hombres: “*Si no os hacéis semejantes a uno de éstos...*” Pues bien, amigo mío, a estos que son nuestros semejantes y deberíamos tomar como modelo los tratamos como a subordinados. ¡No les está permitido tener voluntad propia! –¿No la tenemos nosotros? ¿Y en qué estriba nuestro privilegio? –¡En que somos mayores en edad y experiencia! – ¡Dios Santo, desde tu cielo ves niños viejos y niños jóvenes, y nada más!; y en quiénes tienes más complacencia lo anunció ya hace tiempo tu hijo. Pero creen en él y no le escuchan –¡ésta es también la vieja historia! –y forman a sus hijos según su imagen y... ¡Adieu, Wilhelm! ¡No quiero seguir divagando sobre este tema!<sup>170</sup>.

La cultura occidental ha nacido, se ha alimentado y desarrollado a través del *logos* griego hasta que, a comienzo de la modernidad, fue subestimado a favor del *cogito* cartesiano.

Por mucho tiempo, en la diatriba entre racional e irracional, los “movimientos del alma”, las *e-mociones* del ser humano se han representado casi exclusivamente como una alteración del proceso cognitivo, como un conjunto de entidades escapadas del control de la razón.

Como decía María Zambrano (1904-1991):

la metáfora de la visión intelectual ha sido hasta ahora la forma decisiva y fundamental del conocimiento, mientras que el corazón es la entidad que

---

<sup>169</sup> *Ibidem*.

<sup>170</sup> GOETHE, Wolfgang, *Las desventuras del joven Werther*, citado por Aguirre Romero, Joaquín M<sup>a</sup>, *art. cit.*, 1998.



implacablemente, más que otras, ha sido condenada al exilio, expulsada del entorno visible de la vida culta”<sup>171</sup>.

La humanidad no ha tardado mucho en convencerse cada vez más de los límites de la razón y en su capacidad de poder abarcar y explicarlo todo.

A pesar de lo racional, la existencia humana es atraída por lo que se aleja o incluso se opone a la razón, porque el hombre necesita también relacionarse con lo ilógico, volver la mirada a la sensibilidad y dejarse guiar por el sentimiento.

Junto al *Homo Sapiens* –arquetipo del desarrollo de la civilización moderna– la ciencia también ha puesto al *Homo Sensibilis*, el hombre con sus sentimientos, por el hecho de que, la privación de los aspectos emocionales –y de los efectos de los hallazgos de la investigación científica sobre los seres humanos– habría en un cierto sentido “deshumanizado” la ciencia misma y tampoco habría garantizado una mayor científicidad en sus conclusiones.

Los sentimientos, aunque se intente ponerlos en una posición inferior respecto al raciocinio, tienen con éste una relación muy intensa: la razón supervisa la acción del *Pathos*, de *Eros*, sin llegar nunca a condicionar sus elecciones, además de aclarar, ordenar y disciplinar la dirección a la que están orientados los sentimientos y las emociones.

Desafortunadamente, nuestra cultura ha dado un excesivo poder a la razón convencida de poder dominar todos aquellos rasgos que se refieren a la privacidad/subjetividad del individuo –y que, por eso, no deberían considerarse como formas de conocer, de expresar, de aprender–, imponiendo en cierto sentido la supremacía del *Logos* sobre el *Pathos*.

A pesar de eso, se dejó atraer en una trampa, quedándose asombrada por el encanto de las palabras, cediendo también la primacía al *Logos* sobre el *Eros*.

La convicción de que el sólo pensar fuese necesario para luego existir, así como el uso/abuso del *logos* han dejado a un lado la afectividad, la capacidad de y la disponibilidad para ser afectado, así como la de afectar a través del *pathos*.

Sin embargo, la estructura última de la vida, la “cualidad de la existencia”, se compone también de sentimientos –entendidos no sólo en su noción relacionada con la *psique*– y de las expresiones que de ellos derivan: el *Eros*, la pasión, la

---

<sup>171</sup> ZAMBRANO, Maria, *Verso un sapere dell'anima*, trad. ital. Nobili Eliana, Milano, Raffaello Cortina Editore, 1966, pp. 45-46.

compasión y el amor que, como el *Logos*, son una herramienta del pensamiento, una forma de conocimiento y de comprensión de la realidad.

La idea de que el *pathos* y la dimensión emotiva debe preferirse al *logos* y/o a cualquier otro tipo de comprensión racional no está siendo apoyada como única teoría a la que referirse, sino más bien se intenta reconocer y atribuir importancia a las dos formas de abordar el conocimiento, aunque es cierto que el poder de las emociones es mucho más abarcador y profundo que la razón, porque la incluyen y la desbordan a la vez.

Todo esto lo explicó muy bien Blaise Pascal (1623-1662) –alguien a quien nadie podrá acusar de haber sido un menospreciador de la razón–, al reconocer que los primeros axiomas del pensamiento se intuyen por el corazón.

El espíritu racional, pese a sus esfuerzos, nunca llega a descubrir lo que pone en acto la racionalización de los datos percibidos por vía sensorial, a través de los cinco sentidos.

La racionalidad, por sí misma, nunca podrá explicar los datos objetivos de aquellos elementos capturados, captados por el corazón y/o a través del *Pathos*: por eso, Pascal dijo que “*le cœur a ses raisons, que la raison ne connaît pas*”<sup>172</sup>.

El conocimiento desarrollado por vía emocional, según el filósofo francés, la “*intelligence/raison du cœur*” –la inteligencia del corazón– pone las bases del razonamiento porque tiene intuición, puede percibir el espacio, el tiempo y todo en su totalidad –sin recurrir a procesos razonados ni a otra cosa–, llega a asentarse en la *simpatía*, en “el sentir” la realidad y luego se canaliza por la *empatía*, permitiendo “sentir en, dentro de”, abriendo puertas a todo posible conocimiento. Este tipo de enfoque sobre los procesos de conocimiento se encuentra también en la forma de acercarse a “la maravilla del descubrimiento” de la realidad por el ingenuo, por el niño que, a través de la observación de los fenómenos naturales, intuye las razones que pueden justificar el porqué de las cosas, sin buscar algún tipo de certeza científica universal.

La justificación que se va añadiendo no pretende explicar fenómenos *a priori*, sino razones útiles y prácticas para resolver la duda y la inquietud que provoca no conocer cómo funcionan las cosas y por qué son así.

---

<sup>172</sup> “*El corazón tiene sus razones, que la razón no conoce*”. PASCAL, Blaise, *Pensamientos*, trad. cast. Zubiri Xavier, Madrid, Alianza Editorial, 2014, § 277, p. 89.

Con la misma intuición, a través de la que se descubre el poder de dar un nombre a los objetos por medio del lenguaje –algo que despierta en el niño la sensación de dominar el mundo–, se intentan encontrar las pruebas que serán usadas para dar un sentido a todo lo que se presenta a su propio alrededor.

Es el *ti estí* (¿qué es?) de socrática memoria lo que despierta la necesidad de encontrar en el propio interior las respuestas que sirven para cuidar del alma y cultivar la sabiduría, la *sophía*, que es el amor por el conocimiento en sí mismo, a pesar de que sea fenomenológico o racional.

Los procesos cognitivos se activan por medio de la pasión y la misma razón actúa estimulada por el *pathos* que la habita.

No se puede ignorar que el *pathos* no es mera afectividad, una pasividad que se siente afectada por la existencia propia o ajena, sino una actividad, porque coincide con la elección de sentir e identificarse con esa *realidad sentida*.

Además, no supone sólo un sentir, sino un *con-sentir*, no es pasión, sino *con-pasión*, no es un mero vivir, sino un *con-vivir*, simpatizar y entrar en comunión con los demás.

Uno de los grandes problemas y argumento de discusión en la moderna sociedad digital es el crecimiento exponencial del número de los usuarios que componen este nuevo contexto y la manera de expresar y utilizar el *logos*.

Todos somos vecinos ahora. Hay más teléfonos que seres humanos y casi la mitad de la humanidad tiene acceso a internet. En nuestras ciudades nos tratamos con extranjeros de todos los países, culturas y confesiones. El mundo no es una aldea global, sino una ciudad global, una cosmópolis virtual. [...] En la historia de la humanidad jamás hubo una oportunidad como ésta para la libertad de expresión. Y nunca los males de la libertad de expresión sin límites habían fluido con tanta facilidad a través de las fronteras<sup>173</sup>.

Un entorno que se parece mucho más a una muchedumbre indistinta de seres humanos anónimos, indefensos, que se pueden manipular y/o ser utilizados, que a una comunidad de personas unidas por ideales comunes y que intentan crear situaciones comunicativas, ojalá más parecidas a una comunicación verdadera.

---

<sup>173</sup> GARTON ASH, Timothy, *op. cit.*, 2017, p. 17.

La prensa, la radio, la televisión, así como el cine, la radio, las redes sociales..., manipulan a su gusto, a través del *logos* y de sus herramientas, la transmisión de la información, en la casi totalidad de los procesos comunicativos, logrando la persuasión y el encanto de multitud de personas. La sensación de ingenuidad perdida, además de alejar al hombre de los valores verdaderos y de la manera cándida de interpretar la vida en sociedad, ha producido una serie de complicaciones en las relaciones interpersonales y sociales. Entre éstas, el lenguaje –que se está haciendo cada vez más confuso, que llega *de* y *a* cada rincón de la tierra–, en una mezcla de palabras, imágenes, sonidos..., que se aleja cada vez más de su función representativa de unidad cultural y se convierte en una herramienta de la que se beneficia más quien habla, habla siempre, porque ya no sabe permanecer en silencio. Ya no se reconoce algún valor al silencio, por el hecho de que, el silencio implica la reflexión y que desde la reflexión pueden surgir las preguntas –a las que no se quiere contestar–, lo que significaría admitir haberse equivocado y supondría un cambio de perspectiva en relación con los valores fundamentales de la vida. Todo, de la política a la economía, de la cultura a la moral, es argumento de discusión y cada persona puede hablar de todo y de todos, sin tener absolutamente nada que decir: lo que importa es mantener activa una relación comunicativa y no lo que, a través de ésta, se transmite<sup>174</sup>. Lo que antes llegaba al oyente a través de un discurso construido sobre lo *aptum*, el decoro y una dialéctica que, gracias al contenido de su argumentación, expresaba el pensamiento de un orador que creía en lo que sus palabras transmitían, ahora se consigue por medio de gritos, insultos e incluso desvaríos.

¿Cómo podríamos, entonces recuperar terreno frente a esta sensación de ingenuidad perdida, de primitivismo y por supuesto de autenticidad?

¿Podría la recuperación y el mantenimiento de un cierto grado de ingenuidad hoy en día ayudar a la posibilidad de preservar lo que realmente merece la pena, lo verdaderamente honesto y útil al desarrollo de una comunidad de diálogo?

En mi opinión, si el hombre aprendiera a preservar rasgos de su misma ingenuidad originaria y estuviera dispuesto a recuperar aquel vínculo ancestral e inmediato

---

<sup>174</sup> LAMENDOLA, Francesco, “È la perdita dell’ingenuità la malattia mortale del mondo moderno”, *Rassegna stampa di Arianna Editrice*, 9 de junio de 2008: [https://www.ariannaeditrice.it/articolo.php?id\\_articolo=19585](https://www.ariannaeditrice.it/articolo.php?id_articolo=19585) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

con el mundo, llegaría a disfrutar más de las cosas pequeñas y en apariencia sin importancia.

Recuperar la capacidad ingenua de sorprenderse facilita las ocasiones para volver a estar a gusto con sólo estar presente en un acontecimiento, aprovechar lo que pasa en aquel momento, según las reglas de Kairós y no de Cronos.

Así que se podrá disfrutar de un tiempo lleno de momentos, donde algo importante pasa, en los que se han olvidado los cargos, la lógica, la toma de decisiones...

Un lugar, donde la simplicidad, la evidencia y la sencillez –que pueden ayudar a ver las cosas de una manera más auténtica– han facilitado el re-descubrimiento de la ilusión y de la relación real entre seres que quieren compartir una experiencia, a través de cercanía y confianza.

Finalmente, se podría participar en la puesta en marcha de todos los aspectos implicados en un proceso comunicativo auténtico, sin preocuparse de las formas y de las categorías establecidas por la sociedad y que han ido difundiéndose y codificándose a través de la intervención directa de los nuevos usuarios de la comunidad digital.

Nada se parece tanto a la ingenuidad como el atrevimiento.  
(Oscar Wilde)

### **CAPÍTULO TERCERO: La Retórica en el universo juvenil**

### 3.1 El mundo juvenil

Como hemos visto en el capítulo anterior, por un largo tiempo, la realidad juvenil ha sido muy poco considerada, relegada en los rincones más remotos de una sociedad *adultocéntrica*, reacia a dar voz a ese sector de la sociedad, que era preferible mantener a raya y que, en contra, trataba de levantar la cabeza.

Al mismo tiempo, sin embargo, los adultos empiezan a darse cuenta de que la energía y la fuerza de los jóvenes no habrían podido seguir sometidas a la voluntad de una sociedad que no demostraba ningún interés por las ideas innovadoras y el cambio en general y, por esta razón, intentó suprimir cada intento desestabilizante. El conflicto generacional tiene raíces profundas en el tiempo y siempre ha estado presente en las relaciones entre padres e hijos, adultos y jóvenes.

En la antigua Grecia, por ejemplo, molestó la vida de los mortales e incluso de los dioses. La Teogonía de Hesíodo, nos da cuenta de una genealogía divina, más parecida a una larga serie de relaciones incestuosas, infanticidios y parricidios, que no la historia de un linaje generacional.

Luego, acostada con Urano, alumbró a Océano [...]. Después de ellos nació el más joven, Cronos, de mente retorcida, el más terrible de los hijos y se llenó de un intenso odio hacia su padre. [...]. Pues bien, cuando nacieron de Gea y Urano, los hijos más terribles, estaban irritados con su padre desde siempre<sup>175</sup>.

Héroes mitológicos, como Edipo<sup>176</sup> que, por la inconsciencia debida a su joven edad, mata a su propio padre y desposa a su madre y jóvenes mortales, como Fídípides<sup>177</sup> que, tras aprender los rudimentos de la retórica, golpea a su padre,

---

<sup>175</sup> HESÍODO, *Obras y Fragmentos*, trad. cast. Pérez Jiménez, Aurelio-Martínez Díez, Alfonso, Madrid, Gredos S.A., 1978, vv.132- 138, 154-157, pp. 77-78.

<sup>176</sup> El nombre de Edipo está asociado, como es bien conocido, a las teorías psicoanalíticas del complejo edípico. Freud se refirió a la tragedia *Edipo Rey* de Sófocles, donde Edipo, que fue abandonado al nacer, llegó a matar a su padre, a quien todavía desconocía y termina casándose con su madre, para explicar una de las primeras etapas del desarrollo psíquico y sexual del niño, que llega a idealizar a la madre, aflorando hacia ella un sentimiento de amor y mostrando hostilidad contra cualquier otro varón que le robe su atención: en particular, el padre se convierte en objeto de sentimientos de alejamiento y odio. Según Freud, este fenómeno está presente en todas las culturas y en las sociedades, a pesar de la educación recibida o la descendencia y se supera de forma natural con el paso del tiempo, desapareciendo en torno a los seis años, sin consecuencia alguna.

<sup>177</sup> Fídípides o Filípides, hijo de Estrepsíades, es uno de los personajes de *Las Nubes* de Aristófanes (Atenas, 445-386 a. de C.). Conocido por sus comedias y sus sátiras, que eran más una crítica de los asuntos políticos y socioculturales de la época, Aristófanes escribió *Las Nubes*, para declarar su oposición

llegando a confundirlo antes, para persuadirle después, a través del *logos* que había aprendido a utilizar, de la exactitud de su acción.

Jóvenes que se rebelan contra la autoridad de los adultos, para no tener conocimientos del *habitus* virtuoso, a causa de su edad y por falta de educación a los valores éticos y sociales de la comunidad, que necesitan ser entrenados y corregidos son aquellos que Aristóteles describe en la *Retórica* como:

[...] propensos a desear y hacer lo que desean. En cuanto a los deseos del cuerpo son especialmente inclinados a los amorosos e incapaces de dominarlos, aunque también son inconstantes y dados a aburrirse de sus deseos; desean vehementemente, pero se les pasa con rapidez. Y es que sus impulsos son agudos, pero no intensos, como la sed y el hambre de los enfermos. [...] No tienen mal natural, sino bueno, porque aún no han conocido muchas perversidades. Son confiados porque aún no les han engañado muchas veces, y esperanzados, porque tienen un calor natural, semejante al que sienten los borrachos, además de porque aún no han fracasado muchas veces. La mayor parte de su vida está llena de esperanza, porque la esperanza se refiere al porvenir, y el recuerdo, al pasado, y para los jóvenes el futuro es largo, y el pasado, corto; en el primer día, por así decirlo, no se puede recordar nada y sí esperararlo todo. [...] Todo lo hacen en exceso. Aman en exceso, odian en exceso y en todo lo demás por el estilo. Creen saberlo todo y están absolutamente seguros, y, eso es el motivo de que todo lo hagan en exceso. Cometan agravios para injuriar, no por hacer daño. Son compasivos porque suponen a todo el mundo noble y mejor de lo que es, pues miden al prójimo, por el rasero de su propia inocencia, de suerte que suponen que sus sufrimientos son inmerecidos. Son propensos a reír y por ello también bromistas, pues la broma es una insolencia atemperada por la buena educación. Así es, pues, el modo de ser de los jóvenes...<sup>178</sup>.

---

a las teorías sofistas, que despistaban a los jóvenes, fomentando el desarrollo de ideas y actitudes subversivas, que el autor aglutina en la figura de Sócrates. El filósofo es presentado como un sinvergüenza, por tener Fidípides y otros jóvenes influidos de manera negativa y por utilizarlos para desestabilizar el sistema social existente. Una denuncia contra el intento de reemplazar la tradición, el *vóμος*, por algo innovador.

<sup>178</sup> ARISTÓTELES, *Retórica*, ed. cit., II, 1389a-1389b.



Lástima que, en realidad, todas estas cualidades, como rasgos caracteriales, tenían que ser erradicadas a través de la educación tan pronto como fuese posible, porque, según el Estagirita, impedían la adquisición de un comportamiento honorable, aunque había que tenerlas en consideración, por representar los rasgos más distintivos de una etapa de la vida, a la hora de construir discursos directos a jóvenes, para asegurarse la *captatio benevolentiae* y la empatía con su audiencia. Características intrínsecas negativas en el *ethos* del ser humano, que luego se usan para persuadirlo, para que el mensaje llegue a la audiencia con facilidad.

Aristóteles conocía muy bien el potencial retórico de la ἀφέλεια, la ingenuitas, aunque por “razones de estado”, se limitó a tenerlo en cuenta sólo y exclusivamente para poder persuadir/convencer a los jóvenes y, por supuesto, en cierto sentido para controlarlos.

En la Roma imperial, como hemos visto, la *patria potestas* otorgaba al *pater* de la familia el poder de decidir sobre el presente y el futuro de sus hijos, que, una vez adultos, todavía no tenían la oportunidad de gestionar autónomamente su propia vida. Al llegar a ser adultos, recibían un *peculium*, regalos y dinero, por parte del padre, aunque habría podido ser suspendido en cualquier momento, por el hecho de que, el derecho sobre el patrimonio familiar seguía siendo una prerrogativa del padre hasta su fallecimiento. El miedo de perder dinero y beneficios fomentó el conflicto entre jóvenes y adultos: los padres estaban muy preocupados por su propia integridad, tanto que el parricidio llegó a ser una verdadera obsesión; los hijos, por otro lado, se sentían amenazados constantemente por la *autoritas paterna*, que no les aseguraba independencia y seguridad. Afortunadamente, estas costumbres bastante bárbaras, que dieron lugar a una larga serie de crímenes, fueron reconocidas como delito capital y prohibidas, a partir del siglo III d.C.

Durante los siglos siguientes, las cosas sustancialmente no cambiaron, por lo menos, hasta que la infancia no fue reconocida como categoría social; la relación entre los jóvenes y los adultos seguía siendo problemática y así permanecerá.

Sin embargo, hay que “agradecer” todo lo que ha surgido de estos enfrentamientos, tomas de posiciones, luchas y manifestaciones, por haber contribuido, a pesar de los errores, de la violencia que a menudo tuvo ventaja, a que se pusiera en marcha un cambio de perspectiva y se empezaran a considerar los jóvenes como sujetos que necesitaban un espacio de derecho y un reconocimiento social.

En la década de 1960, por ejemplo, en Europa y en América Latina surgieron movimientos juveniles, principalmente compuestos por estudiantes que, con el pretexto de la lucha contra las desigualdades y las injusticias del mundo, llevaron las riendas de aquella situación social crítica y comenzaron a hacerse siempre más visibles en una sociedad de adultos, demasiado involucrados en sus juegos de poder, para escuchar el grito de los jóvenes estudiantes que se levantaba de las calles. *Les enfants*, los que no tenían la posibilidad de hablar, se hacen protagonistas, dejando huellas de su presencia y ocupando espacios que antes se les negaban. Se enfrentan a todo porque es lo que creen justo; se dejan llevar por las emociones y se vuelcan en la causa, sin pensar en las consecuencias.

La juventud finalmente llega a ser un “tema de discusión” a nivel local e incluso internacional: en 1965, la Asamblea General de la ONU aprobó la *Declaración sobre el Fomento entre la Juventud de los Ideales de Paz, Respeto Mutuo y Comprensión entre los Pueblos*, en la que se reflexionaba sobre los graves daños causados por las dos guerras mundiales y se matizaba el papel fundamental que tuvo la juventud en la construcción del mundo contemporáneo<sup>179</sup>.

Años después, en 1985, se celebró el primer *Año Internacional de la Juventud* y, sin embargo, a pesar de la aprobación de la primera resolución dirigida a mejorar la situación de la juventud y a reconocerle uno *status jurídico* (Programa de Acción Mundial para los Jóvenes, 1995), habrá que esperar a diciembre de 1999, para que la ONU aprobara, mediante los acuerdos conseguidos durante la Conferencia Mundial de Ministros de Asuntos de la Juventud, un documento que establecía el 12 de agosto como el *Día Internacional de la Juventud*.

Desde aquel programa surgieron normas internacionales, planes de acción y políticas sociales, que tenían como objetivo garantizar y fortalecer los derechos de los jóvenes, sobre todo en situación de crisis, en la que las personas jóvenes son las principales afectadas, tanto individual como colectivamente.

---

<sup>179</sup> GAY ARELLANO, Angélica-MEYRA SEGURA, Clara, “El año Internacional de la Juventud, sólo retórica”, *Contralínea. Revista de periodismo de investigación*, 21 de agosto de 2011. Online en: <http://www.contralinea.com.mx/archivo-revista/2011/08/21/el-ano-internacional-de-la-juventud-solo-retorica/>; [Último acceso: 28 de abril de 2018].

### 3.2 Del “lenguaje de los jóvenes” al “lenguaje joven”

Ese mundo que estaba reflexionando sobre ellos –intentando encontrar la manera de codificar y legalizar la nueva categoría social de la juventud–, tardó en darse cuenta de que los jóvenes ya habían encontrado un camino alternativo, donde las ideas, los deseos y los pensamientos podían expresarse libremente, llegar a todos los lugares, sin esperar que alguien les otorgara el derecho de hacerlo.

En líneas generales, cuando hablamos de lenguaje nos referimos también a la comunicación, de modo particular, a la de nuestros tiempos, que se ha convertido en “el medio” de supervivencia y entendimiento para todo ser humano.

De hecho, no cabe duda de que la evolución de los procesos de comunicación ha logrado transformar la sociedad y su estructura organizativa, la organización de los sistemas educativos, los modelos de defensa y ha ido perfeccionando la capacidad de crear instrumentos que pueden ser utilizados para conseguir cualquier objetivo deseado *en y de* cualquier situación relacional.

El hombre tiene como una especie de necesidad primordial para comunicar y esta necesidad la expresa por medio de las palabras que intercambia con sus semejantes y de los mensajes que transmite, con un código de signos –el lenguaje precisamente, en todos sus aspectos–, a través de un canal o un medio determinado, bajo el condicionamiento del contexto o de las circunstancias ambientales.

Además, a través de la comunicación se comparten ideas y se intercambian órdenes, datos, actitudes, gestos, opiniones..., con el fin de provocar una reacción en los demás y una respuesta.

Al querer comunicar algo a un hipotético destinatario, en primer lugar, el emisor tiene que codificar (*proceso de codificación*), usando un código común a ambos, el mensaje para que pueda ser transmitido en forma de señal, garantizando también una cierta objetividad y honestidad intelectual.

El receptor, una vez recibida la señal y compartiendo con el emisor los datos necesarios para interpretarla –el mismo código– descifra la señal (*proceso de descodificación*), para que esta descryptación sea devuelta a un significado, a una imagen en su propia mente. La eficacia y la efectividad comunicativa del emisor se miden por el grado de coherencia y congruencia entre el mensaje enviado y el mensaje recibido por el receptor.

Cada acción/reacción verbal y no verbal debe transmitir la misma cosa y, el hecho de no cumplir con este requisito, implica que hay unas cuantas interferencias en el sistema que pueden disminuir y afectar a la efectividad comunicativa.

Los estudios sobre el lenguaje de los jóvenes han ido aclarando, a lo largo de los años, la idea y los aspectos de todos los fenómenos lingüísticos/lexicales que caracterizan ese código y la manera de usarlo entre ellos.

Los investigadores, además, están de acuerdo en reconocer que son dos las variedades lingüísticas que identifican habitualmente el lenguaje de los jóvenes: la *lengua estándar*, que se utiliza para comunicarse con el “mundo adulto”, con los que están fuera de su entorno y ámbitos de actuación y la *jerga juvenil*, una variedad del lenguaje desarrollada en situaciones comunicativas orales, en un contexto no formal, más libre e independiente. Un aspecto interesante y paradójico a la vez, es el nivel de dominio de estas variedades: bastante bajo y con ciertas carencias en la lengua estándar –debidas a la inexperiencia comunicativa y tal vez a una formación y a una metodología didáctica del todo insuficiente y poco eficaz–, definitivamente alto, ingenioso, original y seguramente creativo en la jerga propia<sup>180</sup>.

Los jóvenes, sin haber hecho un uso correcto del lenguaje, han llegado a revolucionarlo y después usarlo como herramienta para comunicarse entre ellos.

Uno de sus principales intereses es crear un código diferente al adulto, que marque el límite entre esos dos mundos: un lenguaje con el que identificarse y, al mismo tiempo, que le permita expresarse de una forma distinta –propia de la edad y no de la cultura– e incluso divertida<sup>181</sup>.

Hay que reconocer, entonces, la importancia de *escuchar* y hacer escuchable la voz de la juventud, de *interpretar* su manera de conquistar espacios propios y de alcanzar una posición en esta galaxia de hablantes, así como *comprender* su forma y estilo de transmitir ideas y pensamientos, si queremos que se realice su disponibilidad al diálogo.

---

<sup>180</sup> HERRERA, C., MANJAVACAS RAMÍREZ, M., TEJADO, Y., “El español de los jóvenes”, *Donde dice, Boletín de la Fundación del español urgente*, julio-septiembre 2008, núm. 12, p. 13. Véase también: REDACCIÓN de elcastellano.org. La página del idioma español, “Estudian el lenguaje de los jóvenes”, *El castellano.org. La página del idioma español*, septiembre de 2008: <http://www.elcastellano.org/ns/edicion/2008/septiembre/jovenes.html>; Enlace a las Actas del Seminario “El español de los jóvenes”, San Millán de la Cogolla, septiembre de 2008. [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>181</sup> *Ibidem*.

Resulta fundamental comprender cómo se comunican entre ellos: a través de un lenguaje oral o escrito que, a pesar de los diferentes aspectos y repertorios comunicativos, verbales y/o no verbales que lo caracterizan, de las palabras, que a veces suenan como un *hápax legomenon*<sup>182</sup>, del aparente empobrecimiento lingüístico o de la supuesta carencia de vocabulario, puede y sabe ser persuasivo.

Al mismo tiempo, para intentar que se garantice cierta autenticidad en los procesos comunicativos, hay que supervisar y analizar todas las actividades de comunicación que se construyen en estos nuevos espacios reales y virtuales.

Para todos estos procesos, podría resultar muy conveniente, si no decisivo, recurrir a la Retórica, por su ser ciencia y arte a la vez y también porque sus conceptos y rasgos pueden ser adecuados para acercarse a ese nuevo contexto comunicativo.

Los procesos de comunicación entre interlocutores, que se estructuran por medio de un sistema de códigos determinados –y que a través de los cuales se construye el conocimiento–, coinciden con los procesos culturales, como afirma Umberto Eco<sup>183</sup>, aunque se hayan modificado varios componentes de ese proceso, como el contexto, el canal de transmisión del mensaje y el lenguaje.

Ese último, para responder a exigencias de espacios, de tiempo e incluso de precios, ha generado una serie de abreviaturas y otros códigos que invaden, modifican y/o reemplazan el patrimonio lingüístico existente.

Los Smartphone como las tabletas permiten el acceso, desde cualquier lugar y en cualquier momento a la red, a la comunidad virtual del social network, de los SMS, del *WhatsApp*, del *Twitter* o del anticuado *Chat* y representan la respuesta a esa especie de “hambre” de comunicación sin interrupciones. Lo que importa a los jóvenes es la *rapidez* con la que pueden entrelazar mensajes, la *efectividad* de sus mensajes y la *libertad* de recurrir a una expresión escrita con modalidades más cercanas a las del lenguaje oral. Además, no se fijan mucho en el respeto por la preceptiva ortográfica que, por ser algo que “regula y condiciona”, no tiene mucha afinidad con los rasgos de la personalidad juvenil.

---

<sup>182</sup> El *Hápax legomenon* es una palabra o una expresión que aparece sólo una vez a lo largo de un texto o de una situación comunicativa. Es un término único que a veces presenta no pocos problemas de interpretación, pero al mismo tiempo se ha revelado como una herramienta muy útil para los filólogos, a la hora de atribuir una obra a un autor o para identificar a un grupo de “usuarios”, que puedan comprenderlo.

<sup>183</sup> ECO, Umberto, *La estructura ausente*, Barcelona, Lumen, 1986.

La transición de la lengua de la infancia hasta el lenguaje adulto tiene lugar entre los 10 y 20 años, una etapa en la que se realiza el cambio de los modelos de referencia y se pasa de la familia al grupo de amigos, se descubre la sexualidad y empieza la construcción de la identidad del yo.

Estos procesos del desarrollo de la personalidad, junto a los fuertes impulsos constructivos y destructivos que caracterizan el crecimiento, afectan mucho y se traspasan en el lenguaje de los jóvenes, que llegan a expresarse por un medio a veces demasiado críptico y a emitir juicios éticos, a través de “extremismos verbales”, sobre todo entre los compañeros<sup>184</sup>.

Teniendo en cuenta que, esta *variedad lingüística* utilizada no llega a ser un verdadero lenguaje alternativo o independiente del idioma estándar, sino más bien una variedad adoptada en determinadas situaciones comunicativas, es preferible hablar de “uso lingüístico de los jóvenes” que de lenguaje juvenil y centrarse en lo en que se distingue<sup>185</sup>.

En primer lugar, es un lenguaje que se puede definir de *contexto*, utilizado en situaciones definidas y que se adapta a los diferentes momentos de la vida cotidiana, a los de ocio, a aquellos pasados en familia, con los amigos reales y/o los de las redes sociales, distinguiéndose de lo estandarizado.

Además, por su adaptabilidad a los diferentes espacios comunicativos y a las circunstancias variables en las que se utiliza, este lenguaje representa el aspecto práctico del concepto clásico de *καιρός*<sup>186</sup>, por cuanto incorpora el valor “del momento oportuno”, “el momento adecuado para hacer o para decir algo”.

---

<sup>184</sup> COVERI, Lorenzo, De NARDIS, Alessandra, “Lingua italiana e giovani leve operaie” en: Simone, Raffaele - Ruggiero Giulianella (a cura di), *Aspetti sociolinguistici dell'Italia contemporanea. Atti dell'VIII Congresso Internazionale di Studi* (Bressanone, 31 maggio - 2 giugno 1974), Roma, 1977, pp. 235-272.

<sup>185</sup> CORTELLAZZO, Michele, “Il parlato giovanile”, en: Serianni, Luca, Trifone, Pietro, *Storia della lingua italiana*, Torino, Einaudi, 1994, Vol. II, p. 291- 317. Para profundizar en los estudios sobre los fenómenos de la oralidad en la historia del lenguaje y en la norma italiana, el papel de la oralidad en los procesos de re-estandarización del italiano contemporáneo y sobre el discurso en el lenguaje de los medios y de la CMC (Comunicación mediada por computadora), véanse también: BERRETTA, M., “Il parlato contemporaneo”, en Serianni Luca, Trifone, Pietro, *op. cit.*, 1994, Vol. II, pp. 239-270; MASINI, A., “L’italiano contemporaneo e la lingua dei media”, en: Bonomi I., - Masini, A., - Morgana, S. (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, Roma, Carocci, 2003, pp. 11-32; BAZZANELLA, C., “Tratti prototipici del parlato e nuove tecnologie”, en: Burr, E., (a cura di), *Tradizione e Innovazione. Il parlato: teoria - corpora - linguistica dei corpora. Atti del VI Convegno SILFI* (Duisburg, Gerhad-Mercator Universität, 28 giugno - 2 luglio 2000), Firenze, Cesati Editore, 2005, pp. 427-440.

<sup>186</sup> Véase nota 93.

Un lenguaje, también, que abre las puertas a lo que está prohibido, a los sentimientos amorosos y sociales y que le otorga plena libertad para expresar lo que sienten, viven y desean.

Hay una mayor libertad sintáctica, un uso escaso de subordinadas; hay un gran recurso a las figuras retóricas, como *la metáfora*, la *hipérbole* –(“te has pasado tres pueblos”, para indicar que se ha hecho/dicho algo de mal modo)–, la *sinécdoque* –(“ser bueno en el escenario”, para indicar el conseguir buenos resultados como actor)– e incluso a *las malas palabras* que, a pesar de enmarcar el 90% de lo dicho entre los adolescentes, a veces funcionan a modo de eufemismos, fortalecen el discurso y lo enfatizan, haciéndolo más plástico.

Sin embargo, aunque presenta una mala planificación, el lenguaje de los jóvenes se despliega a través de expresiones breves, típicas de los SMS, del argot juvenil e incluye hasta el habla más compleja y llena de préstamos del léxico especializados.

Podemos definir esta nueva jerga juvenil como una especie de collage debido a la variedad de procedimientos lingüísticos de los que se vale para su creación: préstamos, cambios semánticos, asociaciones fonéticas, creaciones morfológicas... Esta naturaleza heterogénea es la que realmente imprime el carácter de jerga lingüística<sup>187</sup>.

Los préstamos de otros lenguajes, recurrir al léxico de otras lenguas, como a jergas que pertenecen a realidades distintas de la juvenil, permiten ampliar el abanico lexical a disposición y hacerlo más exclusivo.

Mediante la utilización de recursos retóricos como la metáfora o la ironía han empezado a usar las palabras con significado diferente al original, poniendo en marcha un cambio con respecto al sentido semántico habitual y creado expresiones que sintetizan esta mezcla de experiencias lingüísticas, porque *mola mazo*<sup>188</sup> hacerlo y les asigna un poder.

---

<sup>187</sup> HERRERA, C., MANJAVACAS RAMÍREZ, M., TEJADO, Y., “El español de los jóvenes”, *art. cit.*, p. 13.

<sup>188</sup> La expresión *mola mazo* es un ejemplo de “préstamo” de otra lengua y precisamente de la *lengua caló* (el idioma del pueblo gitano español), del que se han incluido también, en la lengua castellana informal, un buen número de vocablos y expresiones como: *curro*, *currar*, *dabuti* y otros términos habitualmente usados entre los gitanos. Pero también es un ejemplo de “cambio semántico”, porque a la hora de su incorporación al castellano coloquial se empezó a usar para expresar algo agradable e incluso estupendo y no en su sentido originario, que indica que un objeto vale, que se puede aprovechar.

Las variedades lingüísticas juveniles han borrado las barreras entre la comunicación formal e informal, imponiendo, en cierto sentido, esa cercanía comunicativa que se encuentra en las situaciones familiares, en las privadas o a la hora de expresar emociones y sentimientos.

Todos los neologismos, las nuevas producciones lingüísticas de los jóvenes, expresión del deseo de romper con la lengua común de los adultos, han introducido, a pesar de todo, innovaciones y modalidades expresivas que han llegado a estar al alcance de toda la comunidad de los hablantes. En consecuencia, considerado que el idioma se adapta a la situación comunicativa tanto para los jóvenes como para los adultos, no parece raro, el hecho de que, algunos acrónimos, siglas, abreviaturas y fusiones de palabras que se utilizan en los social network hayan llegado a ser comunes en el habla adulta usadas en el día a día.

Lo mismo se puede decir de lo que sale de los numerosos *teen-movies* y de las series televisivas, que tienen los adolescentes como protagonistas y que reproducen su estilo informal y esto contribuye claramente al asentamiento en el idioma común de un nuevo código lingüístico<sup>189</sup>.

Finalmente, hay que tener en cuenta también el efecto disruptivo que tuvo el fenómeno informático en los que han nacido con Internet –*los nativos digitales*, *los millenials*–y luego analizar como se han modificado los hábitos de comportamiento, así como la forma de pensar y de expresarse.

La introducción de los medios de comunicación masiva, los teléfonos móviles, Internet, han acelerado este distanciamiento que condujo a la formación de dos realidades distintas.

Así que, tenemos la de los jóvenes –que son la fiel expresión del deseo de transformar la situación que observamos y vivimos–, que se sirven de lenguajes y modalidades expresivas diferentes, y la de los adultos, que apenas los escuchan y

---

<sup>189</sup> La costumbre de usar el lenguaje propio de los jóvenes en las series, para jóvenes, de televisión es principalmente española. Los actores usan el mismo lenguaje empleado por los jóvenes, en situaciones comunicativas determinadas o en lugares específicos. “Sin embargo esta situación no se da en otros países, en los que encontramos pocas series de televisión dirigidas a los jóvenes debido a que se trata de países donde lo que importa es el poder adquisitivo del espectador, y éste suele escasear en la población más joven; se trata más bien de espejos rotos de la realidad, puesto que no se concibe que una serie televisiva pueda reflejar el lenguaje juvenil debido a que este recurre a menudo a palabras malsonantes y por ello se pretende alcanzar un punto en el que padres e hijos se sientan cómodos frente al televisor, por lo que se busca un lenguaje un tanto neutro y comedido”. [HERRERA, C., MANJAVACAS RAMÍREZ, M., TEJADO, Y., *art. cit.*, 2008, p. 16].



que, con muchas dificultades, intentan acercarse a esta nueva realidad y se prodigan para comprenderles.

Desde una perspectiva comunicativa, la prepotencia de la herramienta tecnológica ha llegado a enganchar a personas de todas las edades, culturas, grupos sociales, desarrollando nuevas modalidades de interacción y de interpretación de la realidad, aumentando la posibilidad de caer en el error y en las trampas que pueden surgir desde un entorno comunicativo tan amplio y casi sin límites.

Muchas de estas herramientas, diseñadas para simplificar más las relaciones interpersonales, no siempre han alcanzado su objetivo, han alejado más a las personas y definido un contexto relacional que necesita ser vigilado, para que no se convierta en un espacio descontrolado y a merced de manipuladores experimentados y sin escrúpulos.

Paradójicamente, el usuario joven, el *digital native*, el que más familiaridad tiene con las herramientas de las nuevas tecnologías –que ha sido incluso la fuente de inspiración de muchos de los instrumentos que utiliza– es, al mismo tiempo, el más expuesto al riesgo de sufrir los efectos de una comunicación engañosa y/o propagandística.

La falta de segundas intenciones, la facilidad con la que se suman a la causa, simplemente porque les parece una cosa buena, implica que no resulta complejo servirse de estas actitudes para obtener un beneficio, principalmente económico, como lo demuestra todo el movimiento de dinero que genera la inversión mediática en las emociones.

Sin embargo, sigue abierta la discusión respecto al aporte cualitativo/cuantitativo del uso de los jóvenes del lenguaje, en términos de enriquecimiento/empobrecimiento, a la lengua estándar y las respuestas son diferentes, según se considere desde una perspectiva puramente filológica y/o desde una perspectiva comunicativa más amplia.

La mayoría de esos términos, de esas expresiones –algunas de las cuales han sido incluso la connotación de toda una generación– desvanece con el pasar de los años y esta transitoriedad, como la contextualización, hace que la lengua común no reciba ningún enriquecimiento, desde el punto de vista lexical, por el hecho que se van perdiendo.

Más que de un empobrecimiento lexical, en mi opinión, se podría hablar del efecto de la descodificación, de la inestabilidad contextual y paradójicamente del exceso

de información, que inevitablemente tiene que ser seleccionada, almacenada, para dejar espacio a la que está a punto de ser transmitida.

En una *sociedad líquida*<sup>190</sup>, el lenguaje se deshace y se renueva al ritmo de un simple *click* sobre el teclado de un móvil, una Tablet o de un ordenador y por eso hay que aprovecharse de su capacidad de expresar conceptos, hasta cuando esta potencialidad sigue perteneciéndole.

Y por eso, en el lenguaje juvenil, al aspecto semántico se prefiere el potencial persuasivo de las palabras y de las informaciones que codifican, por el hecho de que, como hemos visto antes, es un lenguaje que se estructura según los códigos de la oralidad, que representa el aspecto práctico del tiempo y del espacio y que expresa conceptos de una forma que no siempre llega a ser comprendida por los demás.

El hecho de que no utilicen un lenguaje canónico no implica que no lo conozcan y, en la mayoría de los casos, saben muy bien cuándo y dónde usarlo y que –a pesar de ser incorrecto, reservado para ciertas situaciones y a veces hasta críptico, para que no se parezca al de los adultos y al de la sociedad–, es persuasivo y expresa todas las características intrínsecas de un nuevo código de comunicación.

Es posible que a menudo se aleje demasiado de la norma, que algunos de los principales elementos de la oración sean omitidos –por razones de economía del nuevo espacio–, que use un léxico limitado, deformado o simplificado.

Además, aunque el mensaje se vaya empobreciendo y la forma de lo que se dice no respete las estructuras estándar..., a pesar de todo esto, el lenguaje juvenil ha contribuido a la modernización y adaptación de la lengua común a nuevos ritmos y a un entorno inestable.

Los medios de comunicación masiva se han apropiado de este lenguaje y a éste se refieren –ya que la mayoría de los usuarios son jóvenes– valorando sobre todo aquellos rasgos que lo hacen más creativo, libre, expresivo y emocional.

El nuevo contexto comunicativo ha hecho de la *transitoriedad*, por ejemplo, un aspecto al que prestar más atención, en particular, por la potencialidad retórica que conlleva y que, sin la oportuna orientación, podría ser utilizada sólo para conseguir beneficios no lingüísticos.

---

<sup>190</sup> Término acuñado por Zygmunt Bauman. Véanse notas 16 -17 y 18 de esta tesis.

El lenguaje juvenil desarrollado con las tecnologías y los nuevos medios de comunicación –“*chats, SMS, correos electrónicos, mensajería vocal, que permiten la realización de un contacto permanente con sus iguales y con otras formas de expresión*”<sup>191</sup>– a través de la red, de la televisión... se fortalece y ha conseguido entrometerse en el lenguaje estándar.

La oposición a las imposiciones culturales y sociales, expresadas a través de la música, del arte, de la literatura, de las manifestaciones en la calle, del vestuario ha ido afectando también las formas y las modalidades expresivas como el lenguaje que, además de reaccionar y readaptarse al nuevo espacio y al nuevo canal de transmisión de la información, se ha visto involucrado en este proceso de reformulación de los presupuestos comunicativos. Al fin y al cabo, estamos de acuerdo en reconocer el hecho de que “*internet ha conseguido “colonizar” el mundo entero de una forma mucho más rápida añadiendo a la transmisión oral, la palabra escrita, la imagen, el sonido, el video y la animación*”<sup>192</sup>.

Además de la comunicación oral, con la aparición de las nuevas tecnologías, la escritura, convertida en “digital” –lo que le ha permitido atraer a la comunicación al momento más cercano al del habla y formar parte de los dominios que siempre han pertenecido a la oralidad–, ha vuelto a jugar un papel decisivo en la comunicación.

Podemos hablar así de una revolución de la escritura que se presta a las necesidades de las nuevas formas de interacción, que tienen un *feedback* definible como cuasi-síncrono, similar al del diálogo cara a cara<sup>193</sup>.

Como para la comunicación oral, los soportes comunicativos facilitan además el desarrollo de una escritura propia del lenguaje juvenil, que se expresa, como hemos visto, a través de la jerga, de las abreviaturas, de la pérdida de las vocales, la falta de puntuación y acentuación, los prestamos lingüísticos, etc...

El texto escrito se carga de oralidad por medio de estrategias retóricas convencionales, solamente en las manos de quien habla, como las

---

<sup>191</sup> HERRERA, C., MANJAVACAS RAMÍREZ, M., TEJADO, Y., “El español de los jóvenes”, *art. cit.*, 2008, p. 15.

<sup>192</sup> GAMONAL ARROYO, Roberto, “Ciber-Retórica. La Retórica en Internet”, *Icono 14, Revista de comunicación y nuevas tecnologías*, Madrid, 2004, núm. 3, p.14.

<sup>193</sup> PISTOLESI, Elena, *Il parlare spedito: l'italiano di chat, e-mail e sms*, Padova, Esedra, 2004, p. 15

intensificaciones, las onomatopeyas, interjecciones, creaciones lexicales y emoticonos, que aumentan además la expresividad de la comunicación.

Cada “signo”, en un espacio tan reducido –los 140 caracteres (280, desde 2017) en Twitter, p. ej., – aunque resulte una deformación, una limitación y/o una alteración léxica, dentro de una estructura tan simplificada, que llega incluso a omitir algunos elementos que son fundamentales en la oración, asume una gran importancia en el texto que se desarrolla entre los interlocutores digitales.

Por lo tanto, según una perspectiva ingenua, lo que debería hacerse, para conseguir un mejor equilibrio en la comunicación, sería prestar atención al valor “práctico” que los jóvenes atribuyen al lenguaje que, aunque de forma no siempre consciente, cumple con una doble función.

A pesar de ser un medio para la expresión del *yo* individual, el que le reconoce el hecho de tener una visibilidad, el lenguaje realiza además una función “de compensación” a la falta de relaciones auténticas que se están construyendo.

El hecho de disponer de diferentes dispositivos utilizables, hoy más que antes, permite relacionarse con los demás, a través de un diálogo casi nunca interrumpido y además compensa la falta de contacto real con el destinatario, que se sustituye con el recurso a la función fática del lenguaje, que asegura, por lo menos, una presencia. Según esta perspectiva, el lenguaje de los jóvenes no debería ser sólo un argumento de debate, para medir los efectos exclusivamente lingüísticos en cada situación comunicativa, sino un código que debería ser conocido entre los adultos, no para que sea empleado, sino más bien para que sea comprendido.

Los jóvenes revolucionan el lenguaje cuando lo hacen suyo y no es necesario que hagan un uso correcto del idioma, sino un uso propio que les sirva para comunicarse entre ellos. Esto hace que si queremos escribir para ellos tengamos que robarles el lenguaje y aun así es difícil conseguir que nos crean<sup>194</sup>.

---

<sup>194</sup> HERRERA, C., MANJAVACAS RAMÍREZ, M., TEJADO, Y., *Ibídem*, 2008, p. 17.

### 3.3 Desde el texto a la digitalización del texto

El estudio de la estructura y de la composición del texto es una actividad tan antigua como el mismo texto, aunque el concepto de texto, así como el lenguaje del que se compone, han evolucionado con el tiempo, hasta llegar a cambiar de forma radical, a partir de la “primera revolución mediática” impulsada por la introducción del texto escrito y publicado.

Sin embargo, con la invención de la imprenta se consigue dar forma al “hombre tipográfico” (McLuhan, 1962), nada que ver con su predecesor, por actitudes, costumbres, formas de aprender, comunicar y desarrollar el pensamiento.

La invención de la imprenta trajo algo más que una tecnología: fue una tecnología que varió profundamente las formas de comprensión de un texto y de su producción. Es ya sabido que, de la sucesión en el tiempo, propia de la comunicación oral, de la creación y de la recepción a partir de “ecos acústicos”, se llegó al espacio y a la vista...<sup>195</sup>

Un conocido revolucionario como Martín Lutero (1483-1546), por ejemplo, supo interpretar el potencial del nuevo medio que habría traído, siglos más tarde, la tecnología adecuada para la propagación inmediata del mensaje: la imprenta representó para Lutero “*el más alto y extremo acto de gracias de Dios, por medio del cual el evangelio es promovido*”.

Se aprovechó del invento de Gutenberg, para difundir los principios de su Reforma y, sobre todo, para traducir y publicar la Biblia en la lengua del *vulgus*, contrariamente a lo que hizo la Iglesia Católica en Roma, quedando anclada a la práctica de la transmisión oral en latín del mensaje divino y de la transcripción manual de los textos sagrados.

Parece que comparten esta misma posición los que ven en el monje alemán toda una “autoridad” en el uso estratégico de los *media* de su tiempo: libros, pinturas,

---

<sup>195</sup> FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, María Amelia, *art. cit.*, 2007, pp. 78-79.

[Consultable en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cualit/article/view/6556>]. [Último acceso: 30 de abril de 2018].

grabados y música y por esta razón están convencido de que: *Long Before Twitter, Martin Luther Was a Media Pioneer*<sup>196</sup>.

No hay duda en reconocer que:

la invención de la tipografía confirmó y extendió la nueva tendencia visual del conocimiento aplicado, proporcionando el primer ‘producto’ uniforme repetible, la primera línea tipográfica y la primera producción en masa<sup>197</sup>.

Además, la imprenta introdujo la oportunidad de encontrar un lugar, donde la memoria y la cultura, que habían sido hasta entonces transmitidas oralmente, pudiesen ser traducidas en forma escrita y allí quedarse para siempre. La traducción a otros idiomas de los textos, así como la introducción de imágenes, permitió ampliar la platea de usuarios, incluyendo los que no sabían leer. El receptor va asumiendo una nueva función en el proceso comunicativo, por no tener sólo que escuchar –confiando ciegamente en el emisor y en la verdad de sus palabras–, lo que alguien le dice, sino por la oportunidad de saltar un paso y llegar directamente a la fuente original. Pasa de ser un simple oyente/receptor pasivo a ser un *lector*, que no necesita la mediación de alguien para comprender lo que el escritor quiere transmitir.

---

<sup>196</sup> “*Antes de Twitter, Martin Lutero fue un pionero de los medios de comunicación*”. Con este titular el *New York Times* publicó un artículo especial, en ocasión de los 500 años desde la ruptura con la iglesia de Roma, hablando de la Reforma Protestante y de cómo fue un modelo de éxito, sobre todo por el manejo de los medios para la transmisión de un mensaje transformador. El “genio” de Lutero se manifiesta en los “*panfletos de la Reforma*”: un breve resumen de los argumentos –de ocho a 16 páginas–, escritos, impresos y finalmente distribuidos rápidamente al público. El monje disidente “Creó una tormenta mediática prácticamente sin precedentes en la era de la impresión y se convirtió en el autor más publicado en la historia de la edición, hasta ese momento”. [MOHN Tanya, 28/10/2016 en: [https://www.nytimes.com/2016/10/30/arts/design/long-before-twitter-martin-luther-was-a-media-pioneer.html?\\_r=0](https://www.nytimes.com/2016/10/30/arts/design/long-before-twitter-martin-luther-was-a-media-pioneer.html?_r=0)]. [Último acceso: 30 de abril de 2018]. “Otros habían intentado cuestionar a la Iglesia, pero no habían contado con la imprenta de Gutenberg. Como asegura la revista “*The Economist*”, las tesis de Lutero volaron y lograron un efecto similar al que internet y las redes sociales tuvieron en la Primavera Árabe de 2011, el fenómeno social que estalló en Egipto. Sin duda, la imprenta fue protagonista, ayudó a propagar los postulados y llevó a la gente a darse cuenta de que sus quejas eran las de muchos otros. Una vez traducidos al alemán, sus postulados hicieron de Lutero un fenómeno editorial. Los muchos otros panfletos que escribió luego, en su toma y daca desafiante con el papado (algunos los acompañaba con ilustraciones para los analfabetos) y otros que incluso componía en forma musical se consumían como pan caliente”. [Véase: REDACCIÓN de Semana: “La historia detrás de las 95 quejas de Lutero contra la Iglesia”, *Semana. Periódico digital*: <http://www.semana.com/gente/articulo/martin-lutero-500-anos-de-sus-95-tesis/523440>]. [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>197</sup> McLuhan Marshall, *La Galaxia Gutenberg*, (Génesis del Homo Typographicus), Madrid, Ed. Aguilar, 1972, pp. 179-182.

La comprensión antes y la interpretación del texto después, están totalmente en sus manos y es así, que el lector llega a ser el nuevo objetivo al que dirigir la atención, prestando interés a cómo transmitírselo, para que, por medio del texto, pueda surgir empatía entre el escritor y el lector. El nuevo “producto impreso”, que carece de la información lingüístico/auditiva, de la emotiva, como de la expresividad y de la gestualidad propias del discurso oral, se “carga” de oralidad mediante recursos lingüísticos y estructurales, que han transformado las palabras impresas en “sustituto” de la voz. Durante el paso desde la palabra pronunciada a la impresa, no es desconocido el papel que tuvo la Retórica sobre el potenciamiento de la expresividad del discurso escrito –gracias a estrategias lingüísticas como metáforas, creaciones lexicales, onomatopeyas, interjecciones, fórmulas para emitir la comunicación no verbal–, así como para la ideación/estructuración del texto. El antiguo arte ha seguido vigilando sobre este nuevo sector de la comunicación y ha contribuido a la producción de discursos que, después de haber sido publicados, traducidos a otros idiomas, han empezado a difundirse más allá de las fronteras nacionales, ampliando el número de los que había que persuadir/convencer mediante la palabra impresa y logrando hacer visibles, a través de tropos y figuras –que ya no son una característica exclusiva de la función poética o simples elementos decorativos del discurso–, los procesos mentales que explican las razones del lenguaje humano. Además, la reafirmación de la Retórica clásica coincidió con el reconocimiento de su función hermenéutica, su capacidad de interpretar e influir en los procesos cognitivos que definen la vida de los seres humanos y, a continuación, con la ayuda de la Lingüística cognitiva, que reconoció la naturaleza metafórica del lenguaje, se arraiga como herramienta para la proyección del pensamiento y las emociones humanas, a través del *logos*.

Lo mismo ocurrió más tarde, con “la palabra difundida” por los medios de comunicación masiva (prensa, radio o televisión), centrándose en el papel del emisor dejando al receptor sólo una recepción pasiva del acto comunicativo, al no disponer aún de una herramienta que permita la interacción con el contenido de los mensajes o con la fuente; al no poder producir información, estar en el medio, interactuar y ser vistos al mismo tiempo.

Todo esto, hasta que llegaron las nuevas tecnologías, lo que implicó para la Retórica la adaptación de sus estrategias lingüísticas y metalingüísticas al nuevo medio, nacido de la tecnología digital.

La década de los años 80 impulsó un significativo crecimiento, gracias a la comercialización de los productos tecnológicos mientras, en las décadas siguientes, se han acentuado aún más los cambios traídos por el nuevo proceso de innovación tecnológica, que ha supuesto la digitalización, como el aumento en las posibilidades de transmitir un número siempre mayor de informaciones –respecto a lo que se lograba en la época de la transmisión analógica–, en un espacio restringido, además de aumentar las modalidades de transmisión del texto/mensaje que fortalecen las potencialidades persuasivas.

El código binario, la fibra óptica, el ordenador, así como la comunicación satelital han sustituido la “unidireccionalidad” del mensaje y la necesidad de herramientas para llegar al receptor que, si no está mediado por otros instrumentos no consigue nunca una respuesta y no llega a comprender si el mensaje tuvo o no eficacia.

La era digital trajo consigo a la vez la aceleración y la convergencia de dos líneas diferentes de comunicación: uno-con-uno y uno-con-muchos. Avances clave en la historia de la comunicación de un individuo con otro han sido el desarrollo del servicio de correo postal, el telégrafo, el teléfono, el teléfono móvil, el correo electrónico y los teléfonos inteligentes. Estos últimos han permitido el acceso a “internet móvil”, donde la comunicación uno-con-uno converge con la comunicación uno-con-muchos y con muchas otras variantes, incluyendo las modalidades muchos-con-muchos y muchos-con-uno.<sup>198</sup>

La cultura de la comunicación, “trastornada” por la aparición de Internet, se reestructura, apoyándose sobre tres elementos fundamentales: la *multimedialidad*, o más bien, la *hipermedialidad*, el *hipertexto* y la *interactividad*, que informan la acción social y la transmisión de los conocimientos. Introduciendo la *interactividad* –que otorga al receptor la posibilidad de tener una relación comunicativa “bidireccional” que se realiza de forma horizontal y sin mediación– y la *bidimensionalidad*, que permite al usuario desempeñar diferentes tareas a la vez, como escribir, leer, navegar, chatear, twittear y mucho más, se han ido eliminando del receptor los rasgos negativos que lo identificaron como sujeto pasivo y repetitivo en las acciones comunicativas, reconociéndole en su lugar la de

---

<sup>198</sup> GARTON ASH, Timothy, *op. cit.*, 2017, pp. 29-30.



productor, fuente de mensajes que puede compartir con uno y/o con miles de usuarios.

Durante los últimos quince años hemos aprendido a comprimir la forma digital pura de sonido e imagen por medio del análisis de los bits en tiempo, espacio o ambos, y eliminar redundancias intrínsecas y repeticiones. De hecho, una de las razones por las que todos los *media* se han digitalizado tan rápido es porque se están alcanzando niveles muy altos de compresión mucho antes de lo que se predijo [...] Sin embargo, en 1995 se pueden comprimir y descomprimir, codificar y decodificar imágenes a esta escala, a bajo coste y con alta calidad. Es como si de pronto fuéramos capaces de hacer cubitos de café exprés y, al añadir agua, este apareciera ante nosotros tan rico y aromático como si estuviera hecho en una cafetería italiana.<sup>199</sup>

Sin embargo, la introducción de la *multimedialidad*, que ha permitido vehicular el mismo contenido, a través de diferentes medios, cuya característica innovadora es la de actuar de manera sinérgica entre ellos, ha introducido también unos riesgos y unas consecuencias, a las que, quizás a través de la Retórica de la ingenuidad, habrá que prestar una atención particular. El hecho de disponer de muchas formas y herramientas comunicativas, en grado de producir/difundir o recibir textos desde cualquier lugar del planeta y por parte de millones de usuarios conectados a la vez, la oportunidad de compartir y fomentar el nacimiento de nuevas tendencias o culturas –incluso el de ser el autor de estos mismos cambios–, la de otorgar a todos, la posibilidad de ser productor de información y conocimiento, no ha cumplido totalmente con su objetivo y es así que, vamos asistiendo al desarrollo de

---

<sup>199</sup> NEGROPONTE, Nicholas, *El mundo digital*, trad. cast. Abdala, Marisa, Barcelona, Ediciones B, S.A., 1995, p. 14. Online en: <https://www.scribd.com/document/50946/Nicholas-Negroponte-El-mundo-digital> [Último acceso: 30 de abril de 2018]. Para una visión más completa de las novedades introducidas con la aparición de las nuevas tecnologías y nuevos medios de comunicación, en términos de emisor, receptor, mensaje y de comunicación en las redes, véanse también: BERLANGA FERNÁNDEZ, Inmaculada, GARCÍA, Francisco, VICTORIA MAS, Juan Salvador, “Ethos, pathos y logos en Facebook. El usuario de redes: nuevo «rétor» del siglo XXI”, *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*, 41, XXI, 2013, pp. 121-130. Online en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4376477>; [Último acceso: 30 de abril de 2018]; BERLANGA FERNÁNDEZ, Inmaculada, VICTORIA Mas, Juan Salvador, ALBERICH Pascual, Jordi, "Facebook y la metáfora. La comunicación retórica en las redes sociales", *Signa. Revista de la Sociedad Española de Semiótica*, 25, 2016, pp. 413-431: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5476777>. [Último acceso: 30 de abril de 2018].

informaciones siempre más “fragmentadas” y cuyas fuentes no son fácilmente controlables.

El optimismo que siguió a la entrada de Internet en la vida diaria, que habría acompañado al hombre digital hacia el futuro, fue sustituido por una mirada más realista hacia los riesgos que los *new media* habrían podido causar: la posibilidad de bloquear y/o intentar cerrar la red, por regímenes que tienen el control de y el poder sobre la información, la de manipular las informaciones, la producción de *fake news* y la dificultad de controlar la autenticidad de las fuentes.

Los nuevos medios de comunicación que, a excepción de Internet, no son otra cosa que una evolución, una redefinición de los “viejos”, que en parte han sido digitalizados, han redefinido sin duda las funciones, los espacios, los contenidos e incluso la difusión de los mensajes.

La arquitectura, sobre la que se ha desarrollado Internet, permite al usuario tener un control completo de la comunicación electrónica, transformándolo de receptor a productor de la información, cumpliendo con la necesidad de *visibilidad* de las personas, ya que les otorga plena autonomía en la utilización del medio.

La digitalización ha surgido como sistema dominante y ha permitido, por un lado, un ahorro en la producción industrial de la información y, por otro, la expansión/explotación de los mercados, ampliando los límites de su utilización.

Lo digital es una oportunidad de representación de la realidad, un método de transmisión de contenidos y lo que tiene que cumplir el *homo digitalis* es proporcionar contenidos que sean adecuados al contexto, correctos desde el punto de vista lingüístico y que puedan permitir una argumentación capaz de apelar a los sentimientos, despertar emociones, enseñar algo nuevo y deleitar a los receptores.

La digitalización crea un texto de dimensiones globales, que se desarrolla sin problemas, un *hipertexto*, que nace de los enlaces que se establecen entre los diferentes textos presentes en la red y que enlaza a cualquier parte<sup>200</sup>.

Con la aplicación de las tecnologías informáticas a la escritura, la explosión de Internet, la difusión de los medios de comunicación y la adaptación de todo el

---

<sup>200</sup> El hipertexto es un paradigma en la interfaz del usuario cuyo fin es el de presentar documentos que puedan, según la definición de Ted Nelson, “bifurcarse o ejecutarse cuando sea solicitado” (branch or perform on request). La forma más habitual de hipertexto en documentos es la de hipervínculos o referencias cruzadas automáticas que van a otros documentos. Para un análisis de las características del hipertexto, véase LANDOW, George P., *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, trad. cast. Ducher, Patrick, Barcelona, Paidós Ibérica, 1955 y LANDOW, George P. (Comp.), *Teoría del hipertexto*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1997.

material al nuevo canal digital, a través del proceso de digitalización, se han difundido innumerables variedades de textos, que llegan de cada rincón del planeta y están disponibles, utilizables por cualquier persona, en cualquier momento.

En todos los textos que circulan a través del canal digital –surgidos de los diferentes géneros y subgéneros web –, lo que más sorprende es, por un lado, la significativa y forzada compresión del mensaje, obtenida al eliminar elementos gramaticales y sintácticos y, al mismo tiempo, por el otro, el intento de preservar intacta la estructura semántica, es decir, el significado auténtico de lo que uno quiere transmitir. Esta técnica de compresión, sin embargo, debería ser utilizada sólo en el canal que le pertenece, o sea, el de los social network, en los mensajes de texto y en todo lo que se refiere al multimedia, aunque son siempre más frecuentes los riesgos de hacer confluir esta forma de expresarse en otros canales comunicativos. En la red y a través de Internet es posible encontrar toda una serie de textos –escritos, publicados y pronunciados por diferentes personajes a lo largo de la historia–, que han sido almacenados, registrados en forma de audio, vídeo y luego, puestos a disposición de un público siempre más amplio.

El texto y los textos que de éstos surgen, ya son otra cosa con respecto al original, son el resultado de un trabajo colectivo que se lleva a cabo por la oportunidad, proporcionada por el medio, de poder ser al mismo tiempo autor, lector, receptor y productor a la vez y, por esta razón, resulta necesario prestar particular atención a lo que se escribe y a cómo se escribe, dado que, al fin y al cabo, también esto –y no sólo quien escribe– es lo interesante.

La pantalla se convierte en un rompecabezas, un conglomerado perfectamente amalgamado de distintos lenguajes, así que, en este entorno, los criterios tradicionales de clasificación de textos, las funciones del lenguaje, las características sintácticas, semánticas o pragmáticas, pierden pertinencia y los diferentes registros se mezclan<sup>201</sup>.

El hombre digital ha aprendido cómo hacer convivir códigos y lenguajes diferentes dentro del mismo equipo, en el que se reúnen funciones y utilidades diversas.

---

<sup>201</sup> BERLANGA FERNÁNDEZ, Inmaculada - MARTÍNEZ, Estrella, “Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso de Facebook”, *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, núm. 2, mayo-agosto 2010, p. 52.

El texto digital deviene imagen, igualado en todas y cada una de sus características con cualquier otro elemento reducido al común código binario digital de ceros y unos y las fronteras entre texto e imagen, entre lenguaje verbal y visual se desdibujan<sup>202</sup>.

Como bien explica la profesora Amelia Fernández, la digitalidad ha traído una cierta libertad de movimiento a la hora de producir discursos y también hizo que el discurso se resolviera en un conjunto de elementos que interconectan entre ellos en un entorno casi inalcanzable y sin duda inestable.

La digitalidad como conjunto de rasgos nos permite al menos trasladarnos de un texto a otro, de una convención a otra, de un canal a otro en un análisis interdiscursivo final que no sólo tiende puentes entre palabras sino entre medios distintos. El discurso se resuelve en un texto, en un tejido, que entremezcla lenguajes diferentes: palabras, imágenes y sonidos y que además está interconectado en un espacio que el receptor considera inabordable o infinito<sup>203</sup>.

Frente a esta congestión de textos y lenguajes, hay también el riesgo de perderse en un laberinto de informaciones que no conducen a ningún lugar y parece que el hipertexto, por ejemplo, aunque en apariencia una oportunidad creativa, no haya llegado a cumplir en todo con las expectativas de sus creadores, no llegando más allá de ser un medio paralelo al literario. Esto se debe principalmente a los receptores, que frente a toda esta multitud de signos se han visto forzados a modificar sus actitudes, con respecto a la recepción, a la lectura y sobre todo a sus maneras de acercarse a este nuevo medio. Este último, que a la reflexión y a la interiorización del mensaje prefiere la inmediatez y la interactividad, empuja a

---

<sup>202</sup> ALBERICH PASCUAL, Jordi, “Notas para una estética audiovisual digital”, en: Alberich Pascual, Jordi, Roig, Antoni (coords.), *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*, Barcelona: UOC, 2005, p. 211.

<sup>203</sup> FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, M<sup>a</sup> Amelia, “Digitalidad intertextual. Análisis retórico del discurso de Severn Suzuki ante la ONU (Río de Janeiro, 3 de junio de 1992). La niña que hizo callar al mundo durante seis minutos” en VV. AA., *Crisis analógica, futuro digital: Actas del IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad, celebrado del 12 al 29 de noviembre de 2009*, Barcelona, Cornellà Net, dd Media Cultura i Comunicació, 2010.

compartir e interactuar rápida y convincentemente con los demás, creando una relación comunicativa, al parecer eficaz, entre el emisor remoto y desconocido y el receptor/autor/lector/productor.

Hoy se habla mucho también de *hiperficción*, una narración colectiva, en la que el autor juega con sus seguidores, dirige las historias y el receptor/lector participa como un verdadero personaje, con su rol y su importancia en la historia, puede aceptar y negar y, aplicando la lógica informática binaria del *guardar y/o borrar*, llega incluso a condicionar su actitud.

Una persuasión y/o una convicción que se construye con el soporte de los otros y de sus capacidades de transmitir algo éticamente creíble.

El *pathos* y el *logos* surgen y hacen que esta interacción llegue a hacer sostenible y coherente el mensaje, a través del texto que se ha producido.

De nuevo la tecnología materializa lo que la mente humana ha sido capaz de imaginar, o al menos considerar. Aristóteles en su *Poética*, del siglo IV antes de Cristo, ya habló de la necesaria identificación del espectador con lo que ocurría en el escenario para asegurar el éxito de la tragedia, no otro que la aceptación de que lo que es irreal sea capaz de influir en su estado de ánimo. Lo que es premisa básica para la catarsis, o, en definitiva, para la entrada consentida en un mundo ficticio, es ahora el objetivo singular de este tipo de narración<sup>204</sup>.

La invención de la escritura llegó a modificar y a expandir el área de estudio que Aristóteles había atribuido a la Retórica.

Hoy las nuevas tecnologías vuelven a transformar esta arte, nacida en la oralidad y le atribuyen una nueva forma de interacción, casi una identificación, para aquella sensación de “ausencia de distancia”, que se realiza entre el autor de los mensajes y las potenciales audiencias.

Se va definiendo así la necesidad de una revisión de las pautas para la producción de los textos, así como las entendía la Retórica clásica, para poder disfrutar de

---

<sup>204</sup> FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, M<sup>a</sup> Amelia, “Los nuevos lectores”, *Tonos Digital. Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 4, 2002: <http://www.um.es/tonosdigital/znum4/estudios/Ameliafernandez.htm> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

todos los lugares que proporciona la red, las ideas para cada género del discurso, las modalidades para lograr la persuasión en una audiencia tan amplia y el mejor logos disponible para el producto final.

La publicación de textos en Internet sigue un proceso muy parecido al retórico, porque al colocar un texto en la red se van siguiendo, aunque de manera no siempre consciente para todos, los procedimientos de elaboración de un discurso retórico, con su *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria* y *actio/pronuntiatio*.

Todo los hechos y los datos que acompañan un mensaje, sea un SMS, un post, un discurso, para convencer a quien lo lea, deben resaltar la verosimilitud de los argumentos, además de reunir una serie de recursos, como fotos, anécdotas.

Se puede disfrutar también de las ventajas del *site*, que permite modificar el tipo, el color y el tamaño de la letra usada en el texto, con el fin de captar la atención del ciberlector y apelar a sus emociones<sup>205</sup>.

El proceso de convencimiento de las audiencias es facilitado por el recurso a los enlaces que proporciona la hipertextualidad, que representa una especie de memoria colectiva, y por la credibilidad del mensaje, que llega a adquirir más valor si, una vez redactado y/o diseñado, es colocado en un sector temático adaptado al tipo de usuarios, a los que dirigir el discurso.

---

<sup>205</sup> Para profundizar en el tema en cuestión, véase: BERLANGA FERNÁNDEZ, Inmaculada, GARCÍA, Francisco, *Ciberretórica: Aristóteles en las redes sociales: ("Manual" de retórica en la comunicación digital)*, Fragua, 2014. Los autores recorren la disciplina Retórica, desde su origen hasta el encuentro con las nuevas tecnologías y se refieren a las redes sociales como a un nuevo contexto retórico, centrándose en el mundo en red, que es el punto de encuentro de este proceso que caracteriza la comunicación actual, y encuentran conceptos universales, en términos de estrategias retóricas y de un uso creativo del lenguaje que trascienden espacio y tiempo.

### 3.4 La digitalización del mensaje, del lenguaje y de las emociones

La llegada y la aplicación capilar de la tecnología informática ha producido, como he dicho, un renovado enraizamiento de la escritura.

Todo lo que pertenece al mundo de las nuevas tecnologías *produce* y además *reproduce* conocimiento, transcribe las diferentes manifestaciones del saber en digital y esto se parece mucho a lo que hacían los monjes en las abadías durante la Edad Media, para que no se perdiera nada del patrimonio del pensamiento humano y para que pudiera estar disponible para siempre.

El mundo de las nuevas tecnologías, gracias al encanto que lleva en sí mismo y a su omnipresencia en todos los sectores de la realidad, es parte integrante del mundo juvenil, es el contexto en el que desarrolla sus pensamientos, así que no es posible describir el primero sin el segundo.

El lenguaje oral y escrito se relaciona con estos dos mundos y desempeña un papel, sin duda, muy importante. Se habla de *written speech*, o sea de oralidad escrita, que intenta imitar el lenguaje hablado.

El *Short Message Service*, por ejemplo, si lo analizamos desde la perspectiva Jakobsoniana, llega a cumplir con la funciones *comunicativa* y *referencial* en el sentido estricto y también con otras funciones secundarias, como la *poética* y – mucho más importante e incluso predominante –, la función *fática* o sea “*aquella dimensión de la comunicación interpersonal cuyas implicaciones invierten la construcción y el mantenimiento de las relaciones sociales*”<sup>206</sup>.

Las relaciones comunicativas entre emisor y receptor están mediadas por los artefactos tecnológicos, que permiten utilizar diferentes sistemas de comunicación, en el mismo segmento de tiempo, así que se puede navegar en la Web, chatear con alguien e incluso entretenerse con diferentes juegos encontrados en la red y seguir comunicándose con los demás sin interrupción alguna. En general, la comunicación mediada por un ordenador, o cualquier otro medio, ha modificado las relaciones existentes entre los elementos que definen y dan forma al mensaje, como el tiempo de producción y la interacción entre los actores del acto comunicativo.

---

<sup>206</sup> CARON, André, CARONIA, Letizia, *Moving Cultures: Mobile Communication in Everyday Life*, Montréal: MQUP, 2007, p. 5.

A veces, estas conversaciones, que se resuelven en secuencias tipo pregunta-respuesta, se caracterizan sólo por el deseo de escribir para ser “tomado en consideración”, actitud propia de los adolescentes y de los jóvenes.

Hay momentos en los que esa interacción no es requerida, así que el mensaje viene escrito, enviado al correo electrónico del destinatario, permaneciendo almacenado hasta que no se decida leerlo.

En otras ocasiones, en cambio, es necesaria la presencia conjunta de los interlocutores frente al ordenador o al móvil y la comunicación se desarrolla en el acto: el emisor escribe un mensaje y éste es leído por el receptor y así se permite que el diálogo permanezca siempre activo y presente en la mente de los usuarios, aunque el intercambio sea aplazado.

La comunicación mediada es más informal y más cercana al habla y a la comunicación “cara a cara” y, al no tener que centrarse en la preceptiva y en las normas sintácticas, ortográficas y gramaticales, resulta, en cierto sentido, más espontánea.

El léxico ya no está relacionado con algo definido y/o compartido, así como establecido por la tradición, sino que está cargado de significado según el momento histórico, el contexto en que se pronuncia y que, fuera de esto, es difícil extender el significado de las palabras sin los soportes proxémicos que lo acompañan.

La intención del emisor es más declarativa que argumentativa, el lenguaje enfoca más en el tono que en el contenido transmitido, la dimensión connotativa predomina sobre la denotativa.

A nivel sociolingüístico, el lenguaje juvenil, o mejor dicho el uso que hace, cumple con aquellas funciones que Jakobson había identificado como propias del lenguaje. Es muy rico en figuras retóricas, en onomatopeyas, en mímica y en expresiones no verbales, que incluyen los gestos, la música, las prendas para vestir y hasta los grafitis y los eslóganes. En su conjunto, todos estos aspectos sostienen la convicción de que el lenguaje no sirve sólo para comunicar algo que sea gramaticalmente correcto, para expresar emociones, sentimientos y estados de ánimo, sino también para justificar aquellos rasgos que lo hacen ser *funcionalmente* adecuado en una situación comunicativa, sea ésta formal o informal.



Como ya he dicho, a pesar de las vulgaridades lingüísticas —expresión de la ruptura con el mundo de las reglas de los adultos y de la sociedad—, que surgen y circulan entre los jóvenes y de los menos jóvenes en la red comunicativa, hay que reconocer, que incluso las malas palabras tienen su “importancia” en la comprensión del lenguaje juvenil, por el hecho de que representan la liberación de un tabú, de la interpretación mágica de la palabra, como si, el sólo nombrarla podría haber causado consecuencias. El adolescente, en su exploración de la realidad y en la toma de posesión de significados, trata de nombrar esa palabra y se da cuenta de que no se ha producido ninguna incidencia y que tampoco se ha realizado la amenaza a la que remandaba —como cuando los padres amenazaban con “partir la cara” a sus hijos o que se “habrían quedado ciegos” y esto no pasaba— y que la exageración sólo se usaba para matizar la gravedad del hecho y, al mismo tiempo, para mantener un poder de control.

De esta manera, va fortaleciéndose la capacidad de distinguir entre el significado semántico y el potencial retórico de cada palabra, se aprende que lo que es transmitido no siempre se corresponde con lo que va a suceder.

Así que, la capacidad de rechazar la objetividad de la palabra indica, al mismo tiempo, la posesión del lenguaje, la gestión de las palabras y de sus significados e incluso la manera de manipularlas, conscientes de las consecuencias, en términos de *eficacia/efectividad* comunicativa.

En la era de la comunicación digital, del ciberespacio, la de Internet, el vocabulario de la web ha condicionado la conversación de los jóvenes hasta crear una verdadera jerga de los usuarios de la red: “hacer un click”, “comprimir”, “usuario”, “cuenta”, “nickname”. Y luego: “chatear”, “guardar y borrar”, “twittear” y muchos más términos, que son utilizados, en aquel contexto, con el objetivo de hacer más “práctico” y “rápido” el lenguaje. Cuando la complejidad de la lengua es excesiva en comparación con la velocidad de los soportes a través de los cuales se transmite, es necesario desarrollar algún tipo de codificación que solucione esta incidencia.

El lenguaje, por un lado, tiene que cumplir con la necesidad de adaptarse a la complejidad del lenguaje natural en un canal destinado a un uso comunicativo en tiempo real y veloz y, por el otro, sirve también como una herramienta que identifica la comunidad de los hablantes.

No entender los nuevos lenguajes es equivalente a rechazar la apelación y el desafío lanzado a la comunidad de los adultos, a través de la construcción de lenguajes, a menudo deliberadamente crípticos e incomprensibles.

Al analizar los mensajes escritos en las redes sociales, el correo electrónico, los *posts* o los *tweets*..., se observa que cada vez es más popular volcar las reglas y alejarse de las normas de la lengua estándar.

Palabras abreviadas, frases sin comas o sin punto, mayúsculas que casi no existen se han convertido en la regla entre los jóvenes, sobre todo en contextos de comunicación informales y entre los amigos.

Entre las peculiaridades de la lengua escrita en las redes sociales, destaca el uso de *emoticonos* que, en cierto sentido, representan la “plasmación” icónica de los sentimientos y de las emociones, que se expresa a través de *smileys*, cuya expresión cambia según el estado de ánimo que se quiere transmitir a la audiencia.

La capacidad de los jóvenes de “apropriarse” del lenguaje, sin necesidad de hacer de éste un uso correcto, sino más bien un uso *funcional* para relacionarse y para comunicar con sus pares, es la razón que explica el por qué lo revolucionan cuando lo hacen suyo.

El problema – debido principalmente a una falta de conocimientos de los registros comunicativos que habrían tenido que ser adquiridos durante la formación institucionalizada– surge cuando este “código de contexto” traspasa los límites del entorno tecnológico y de la comunicación entre iguales y se usa en otras situaciones comunicativas.

Esta es una de “las incidencias” que hay que evitar ya que podrían contribuir a que la lengua que aprendan las siguientes generaciones sea cada vez más pobre y desestructurada. Por lo tanto, si queremos escribir para ellos tenemos que “robarles” el lenguaje y aun así es difícil conseguir que nos crean.

### 3.5 La webretórica

En el campo de las investigaciones y de los estudios acerca de comunicación y nuevas tecnologías, términos como “web-retórica”, “retórica digital” “cyber-retórica” “retórica en la red” y otros que reenvían a la relación entre la Retórica y los entornos digitales, son relativamente nuevos, aunque ya estemos totalmente en ellos, desde hace tiempo.

La Retórica, que se implantó en la democrática ágora griega, la plaza pública, el centro neurálgico de la vida social, política, comercial y cultural de las polis, en su acepción clásica, era el arte del discurso, del logos eficaz para conseguir la persuasión de los oyentes que allí se encontraban y fue esa:

práctica de la comunicación discursiva [la] que produjo una conciencia retórica a partir de la cual se construyó la explicitación del sistema de codificación de los textos retóricos<sup>207</sup>.

Un discurso oral, construido para que fuese persuasivo en el acto en el que se pronunciaba, atento a lo que en aquel momento específico era oportuno decir y para que los contenidos expresados por el texto pudiesen fomentar el diálogo.

Siglos más tarde, la introducción de la imprenta contribuyó a la difusión de ideas, de pensamientos, de nociones científicas, de hechos históricos, religiosos, de teorías políticas hacia un número más elevado de público y puso en marcha la primera revolución de las modalidades de comunicación, producción y difusión de la información, que empieza incluso a sobrepasar las fronteras nacionales e internacionales. La palabra se materializa y se queda en los textos y los textos pueden ser leídos autónomamente por parte de todos, por lo menos los que saben leer. La oralidad cede el paso a la palabra escrita y la escritura, en el “nuevo medio”—el texto escrito—, asume la tarea de transmitir conocimientos, ideas, pensamientos, con la intención de persuadir y/o convencer al nuevo sujeto que llega en el contexto comunicativo: el lector.

---

<sup>207</sup> MURPHY, James, *Sinopsis Histórica de la Retórica Clásica*, citado por ALBALADEJO, Tomás, *op. cit.*, 1991, p. 23.

En un cierto sentido, la “transcripción” de la oralidad en forma escrita, a través de la imprenta y las primeras combinaciones de textos y arte visual, predijo los tiempos en términos de uso de los nuevos medios.

La cultura occidental, que fue construida sobre los principios filosóficos de la Antigüedad Clásica, ha sufrido innumerables cambios con la llegada de Internet a nivel de costumbres, pensamiento, relaciones y, por supuesto, de comunicación. Con la transición desde la palabra impresa a la palabra digitalizada, el texto –así como su estructura organizativa y lingüística– vuelve a someterse a otro proceso de adaptación, por las características de los nuevos medios de comunicación y transmisión del mensaje y el hecho de volver la mirada hacia la Retórica fue una consecuencia obvia.

Al migrar del papel a la pantalla –dice Lanham (1993)–, el texto deja de ser fijo y único, se vuelve interactivo, por lo tanto, el lector se puede transformar en escritor. La multimodalidad que caracteriza al texto digital permite que se recupere y se desarrolle lo vocal, la gestualidad y la auralidad de la retórica oral clásica, aspectos que fueron olvidados a lo largo de los últimos dos siglos de cultura y convenciones de la palabra impresa. A su vez, el texto electrónico restaura otro elemento del canon retórico clásico: el uso de tópicos y argumentos pre-formulados que pueden ser copiados, pegados y repetidos a voluntad<sup>208</sup>.

Gracias a un estudio acerca de los efectos de la televisión, dirigido por Gregory Ulmer<sup>209</sup> en 1989, comenzaron a abrirse puertas para el ingreso de la Retórica en el mundo digital y su aplicación en un entorno totalmente diferente a aquel en el que se había desarrollado. La investigación de Ulmer, aunque enfocada en la televisión y no sobre el *hipertexto* y la *multimedialidad* en general –y que produjo una base de datos a la que se referirán los estudios sucesivos, se centró en los cambios a los que estaban sometidos la argumentación, el lenguaje y los procesos de construcción del conocimiento en el nuevo medio de comunicación de masas.

---

<sup>208</sup> OLAIZOLA PÉREZ, Andrés, “Retórica digital o de la argumentación en/con los medios digitales”, *Revista Luthor*, 2013, núm.16. Disponible en: <http://www.revistaluthor.com.ar/spip.php?article80> . [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>209</sup> ULMER, Gregory, *Teletheory: Grammatology in the Age of Video*, New York, Routledge, 1989, citado por OLAIZOLA PÉREZ, Andrés, *art. cit.*, 2013.

Estamos casi a mediados de los 90 –años de gran fibrilación investigativa y de mayor desarrollo de la red–, cuando Richard Lanham, a través de un artículo publicado en 1993 en Chicago, introdujo el término *retórica digital*<sup>210</sup>, explicando el marco y las líneas teóricas de la retórica en los espacios digitales.

De hecho, si miramos a la web nos damos cuenta de que éste es un espacio público, aunque virtual, al que cualquier persona, sin distinción de sexo, clase social, raza, religión, pensamiento político, tiene acceso y puede hablar, publicar, opinar y decir cualquier cosa y en el que también se desarrollan actividades económicas, políticas y culturales como en la antigua ágora helena.

Y es así, que, cuando hablamos de la red, la describimos a través de formas y estrategias lingüísticas propias de la Retórica.

Las metáforas principalmente, al igual que otras figuras retóricas que se utilizan para referirse a la red y a las actividades que se desarrollan en ella, facilitan la comprensión de la realidad virtual, porque la acercan a la experiencia real de cada persona, de manera que, el recurso a conceptos como *red*, *home-page*, *navegación* y los mismos *emoticons*, resulta más comprensible, al ser fácilmente asociable a la representación mental de una interconexión de cables, de un edificio, de un navegador o de una cara sonriente construida a través de experiencias reales<sup>211</sup>.

Internet es un gran océano de información en el que el usuario es el navegante, cibernauta, derivado del griego *κυβερνήτης*, que se traduce como timonel, es decir, la persona que gobierna un barco o internauta, que proviene de la palabra latina *nauta*, que significa marinero. Éste accede a esos datos navegando entre los millones de sitios que hay en la Red. Para ello utiliza un software que se denomina navegador. El ciberespacio representa la forma de democracia más pura. No existen fronteras, no importa el sexo, la raza, la religión, la clase social, las ideas políticas<sup>212</sup>.

---

<sup>210</sup> LANHAM, Richard, “Digital Rethorical and the Digital Arts”, *The Electronic Word*, Chicago, University of Chicago Press, 2013, citado por: OLAIZOLA PÉREZ, Andrés, *art. cit.*, 2013.

<sup>211</sup> Véase: LAKOFF, George – JOHNSON, Mark, *Metáfora de la vida cotidiana*, Madrid, Catedra, 1986. La originalidad del trabajo de estos autores es la de haber considerado la metáfora como el reflejo de los procesos del pensamiento humano y del sistema de conceptualización de la realidad, cuya definición y estructura es claramente metafórica.

<sup>212</sup> GAMONAL ARROYO, Roberto, “Ciber-retorica. La retórica en Internet”, *Revista Icono 14*, Madrid, 2004, núm. 3, pp. 2-3.

Internet, cuya conceptualización:

está basada en la gran metáfora de la Red de Redes: millones de puntos de comunicación esparcidos por la faz de la Tierra conectados por una intrincada red tejida de cables que ni la mitológica Aracne hubiera sido capaz de hilar mejor<sup>213</sup>,

ha demostrado ser cada vez más un instrumento de persuasión, una dimensión cargada de retórica, en la que el lenguaje y su uso racional, son los principales medios de acción.

Además, ha revelado un espacio de análisis rico y muy interesante, que requiere la capacidad de usar herramientas adecuadas, para el manejo, no sólo del discurso sino también de los sonidos, las imágenes, los hipertextos, los multimedia...

Entonces, si consideramos la red, la comunidad virtual en general, como otro lugar donde, a través de la construcción de una situación lingüística, de la que hacer generar un discurso sobre ese objeto, resulta fácil comprender el porqué la Retórica se haya trasladado, de una forma casi natural, al nuevo contexto virtual, que también se ha transformado en contenedor/productor de un número incalculable de discursos.

El planteamiento de la *Rhetórica recepta*<sup>214</sup> del profesor Albaladejo, como he dicho, en su proceso constante de adaptación a todas las nuevas situaciones comunicativas, ayuda a explicar el intrincado concepto de Internet, como espacio comunicativo retórico, a facilitar su práctica cotidiana e influye en su construcción de una forma ordenada, sistemática y de facilidad de uso.

La Retórica con la introducción de la tecnología informática “*vuelve a surgir desde el lugar menos pensado: el monitor de una computadora*”<sup>215</sup> y a desempeñar un papel fundamental, influyendo tanto en el plano lingüístico de Internet como en lo organizativo/visual, en fase de construcción como de interpretación del “hecho retórico”<sup>216</sup> virtual, así como del producto de su actividad o sea del “texto

---

<sup>213</sup> *Ibidem*.

<sup>214</sup> Para profundizar: ALBALADEJO Tomás: “Textualidad y comunicación: persistencia y renovación del sistema retórico (La rhetorica recepta como base de la retórica moderna)”, en: Ruiz Castellanos, Antonio, Viñez Sánchez, Antonia, Sáez Durán, Juan (coord.), *Retórica y texto. Actas del III Encuentro Interdisciplinar sobre Retórica, Texto y Comunicación*, Cádiz, Universidad de Cádiz, 1998, pp. 3-14.

<sup>215</sup> OLAIZOLA PÉREZ, Andrés, *art. cit.*, 2013.

<sup>216</sup> Tomando en cuenta que, la teorización de la retórica no ha olvidado ninguno de los aspectos que

retórico”<sup>217</sup> digital que, una vez organizado lingüísticamente –a través de la *elocutio*, la puesta en palabras de los elementos conceptuales (los referentes del texto), hallados tras la *inventio* y ordenados y estructurados en la fase de *dispositio*–, se plasma y manifiesta en el “discurso retórico” digital, a través de la actitud y las características del *ethos* virtual del emisor .

Para que un discurso construido en la red resulte exitoso y eficaz, es imprescindible que todos los elementos que forman parte del hecho retórico sean coherentes y coordinados entre ellos, según el principio de *aptum o decorum*, el mismo que, a nivel de construcción del texto, determina la coherencia entre texto y referente, así como entre el orador/emisor y el público<sup>218</sup> de la comunidad red.

La Retórica moderna desempeña, cada vez más, una actividad también de “configuración”:

La relación entre el sonido, la imagen y las palabras en los textos multimedia de los sitios web, cambia las estrategias de composición y de lectura, y hace que ya no existan modelos "clásicos" para la composición y la interpretación del texto. Todo se convierte en una continua configuración y reconfiguración entre los elementos multimedia del texto”<sup>219</sup>.

---

caracterizan el fenómeno comunicativo en su totalidad y que ha producido una sistematización centrada en el discurso, Tomás Albaladejo ha formulado el concepto de *hecho retórico*, un conjunto integrado por el orador-discurso-receptor y por los demás elementos involucrados en la situación comunicativa. [Véase ALBALADEJO, Tomás, *op. cit.*, 1991, pp. 43-53]. “El hecho retórico es un fenómeno comunicativo del que forman parte el orador o la oradora que pronuncia el discurso, quienes oyen el discurso y el propio discurso, así como el canal de la comunicación, el código, el referente del discurso y el contexto de la comunicación. La explicación del hecho retórico puede hacerse con la ayuda de la adaptación a la retórica del hecho lingüístico (Albaladejo, 1989), con insistencia en el carácter dialógico de la comunicación retórica. Aristóteles presenta en su *Retórica* una explicación de esta comunicación que actualmente podemos considerar semiótica. Que el discurso conste de quien lo pronuncia, de aquello sobre lo que se habla y de quien lo oye (Aristóteles, *Rhet.*:1358a39-1358b8) supone una discursivización del conjunto del hecho retórico, del que son elementos fundamentales los tres componentes del discurso mencionados por Aristóteles. La implicación del propio discurso en estos tres componentes es una prueba de la dinamicidad que en Aristóteles es inherente al discurso y a la comunicación retórica”. [ALBALADEJO, Tomás, “Retórica de la comunicación y retórica en sociedad”, en: Beristáin, H., y Ramírez Vidal, G. (eds.), *op. cit.*, 2009, pp. 1-2].

<sup>217</sup> PUJANTE, David, *op. cit.*, 2003, p.76. El autor distingue entre “texto” y “discurso retórico”; una de distinción entre la ideación teórica y la concretización de aquel conjunto abstracto de elementos (el texto retórico) que, una vez pronunciado/transmitido por medio del orador –y de todo lo que pertenece al orador: su manera de ser, su voz, sus gestos...–, se manifiesta en lo que llama discurso retórico.

<sup>218</sup> ALBALADEJO, Tomás, *op. cit.*, 1991, p. 53.

<sup>219</sup> SOSNOSKI, James, “Hyper-Readers and their Reading Engines”, en: Hawisher, Gail- Selfe, Cynthia (Eds.), *Passions, Pedagogies, and 21<sup>st</sup> Century Technologies*, Utah, State University Press, 1999, pp. 1-12.

Un sitio web resulta persuasivo si su estructura general está bien diseñada, si la estructura hipertextual permite interactuar con facilidad con los enlaces y llega a satisfacer la exigencia comunicativa del receptor. Los diseñadores de páginas web han seleccionado muchas de las figuras retóricas del campo lingüístico para aplicarlas en el diseño de interfaces y lograr persuadir al internauta, para que permanezca el mayor tiempo posible en una página y facilitar su navegación.

Con la finalidad de investigar las posibles aplicaciones de la antigua arte de la persuasión al macro discurso que se desarrolla en Internet, Federica Re en: *La persuasión en la Red*<sup>220</sup>, analiza las estrategias de comunicación que tres perfiles de sujetos –los movimientos ciudadanos, los representantes políticos y las instituciones públicas culturales– desarrollan en el ámbito digital.

Para el análisis de los distintos géneros de páginas web –un blog, un sitio web autogestionado, una red social, y dos sitios de instituciones culturales–, la autora utiliza las categorías de la retórica clásica (en particular las operaciones retóricas –*intellectio*, *inventio*, *elocutio*, *dispositio*, *memoria* y *actio-pronuntiatio*– y los componentes del *hecho retórico*<sup>221</sup> –el orador, los receptores, el género del discurso–), adaptándolas a la peculiaridad de un ambiente comunicativo que se caracteriza por la interactividad, la multimedialidad y la hipertextualidad.

La investigación confirma la actualidad de la retórica a la hora de adaptarse a todo tipo de discurso, sea éste oral, escrito, visual o multimedia.

Las herramientas que nos llegan de la retórica clásica siguen siendo el instrumento adecuado para la producción y la recepción del discurso que se desarrolla en el ambiente comunicativo digital, en el cual el papel del productor y del receptor llegan a coincidir.

La retórica es una herramienta educativa muy potente ya que otorga al usuario, en su papel de productor, los instrumentos para crear su propio discurso y al mismo tiempo le permite tener esa habilidad retórica pasiva que no sólo facilita la comprensión y la interpretación del discurso ajeno, sino también le permite reconocer sus eventuales intentos manipulativos o propagandísticos.

---

<sup>220</sup> RE, Federica, *La persuasión en la Red: Análisis retórico de las estrategias de comunicación en el ámbito político, institucional y cultural*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Madrid, Biblos – e Archivo, UAM Biblioteca, 2017. Online en: <https://repositorio.uam.es/handle/10486/680140>. [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>221</sup> ALBALADEJO, Tomás, *op.*, *cit.*, 2009, p. 53.



### 3.6 El ingenuo 2.0

La Web 2.0 ha introducido, en el entorno comunicativo/relacional, un nuevo perfil de usuario: un sujeto que no sólo consume información, sino que la genera y la comparte, interactuando con otros como él.

Por medio de una plataforma digital, gracias a la interactividad, se sirve de instrumentos, programas o plataformas como *blogs*, *Twitter*, o *YouTube*, que facilitan la posibilidad de crear y publicar contenidos, en forma de textos, imágenes o redes de contactos.

Los avances introducidos, por la tecnología 2.0, reflejan además el paradigma de una sociedad que, bajo las alas de la democracia y en virtud de una mayor libertad de expresión, se caracteriza a través de sus usuarios que, a pesar de interactuar con diversas comunidades, pueden mantener su individualidad, ser singulares o múltiples, según lo que pide la red.

Impulsada por la influencia de la interactividad, la capacidad colaborativa que le proporciona el medio y por la multimedialidad, la Web 2.0 ha significado un salto de la tecnología aplicada hacia los espacios mediáticos y, al mismo tiempo, ha desarrollado la evolución de una comunicación horizontal, creando además un espacio más abierto y participativo.

El “estatismo” de la comunicación vertical y monodimensional que había reinado durante mucho tiempo produjo una relación comunicativa en la que el emisor estaba en una posición de superioridad respecto al destinatario –donde la capacidad persuasiva del productor del texto era de gran importancia, así como el manejo y el dominio de los medios utilizados para llegar al receptor– fueron arrastradas por la tecnología y las herramientas digitales, proporcionadas por la web de la interactividad, de la bidimensionalidad, de la horizontalidad y finalmente de la participación colaborativa en la producción de información.

El *ethos* del emisor que en los medios de comunicación masiva tenía que relacionarse con el “conócete a ti mismo” de cartesiana memoria, en la comunicación por el medio digital, se reajusta y nace del “piensa con los demás”, porque ya no actuamos solos, sino que *cogitamos juntos*, fusionamos las inteligencias individuales en una inteligencia colectiva, que coincide con un

proceso de crecimiento, enriquecimiento y reconocimiento de las diferentes singularidades.

A través de la Retórica digital, se han diseñado paginas y sitios web, enfocando en modo particular en el usuario, que en este contexto llega a ser un creador de contenidos en una comunidad dinámica y no un simple espectador o consumidor en una red estática.

Y apropiadamente algunas características de la Web 2.0, como la velocidad, la interactividad, la construcción participativa han sido elegidas como rasgos identificativos por toda una generación de usuarios *pluri-alfabetizados*, que colaboran entre ellos, compartiendo competencias, proyectos y relaciones comunicativas, para desarrollar una sociedad que huye de la desigualdad, de la ignorancia y que sabe como adaptarse a la complejidad de las demandas del mundo contemporáneo. Entonces, vamos a definir:

- ¿quién es el ingenuo 2.0? ¿cuál es su rol en la sociedad de la comunicación digital?
- ¿qué papel juega la ingenuidad en la capacidad de interpretación y construcción de información del ingenuo?
- ¿cuáles son los aspectos de la *ingenuitas* que los ingenuos podrían introducir en la relación comunicativa de las personas?

Afortunadamente, más allá de las conclusiones alcanzadas con estudios estadísticos o investigación (sobre la condición juvenil o sobre el impacto de las nuevas tecnologías en el proceso evolutivo/comunicativo de los jóvenes), la mayoría de las cuales se han centrado en las causas de la enfermedad más que en la cura y que han dibujado una imagen bastante desconcertante de los jóvenes – que siguen siendo descritos como unos bohemios, unos rebeldes, unos perezosos, narcisistas, cobardes... o incluso *choosy*<sup>222</sup>, hay toda una generación de jóvenes

---

<sup>222</sup> El término *choosy* (del inglés melindroso, quisquilloso, fino) fue utilizado por la Ministra de Trabajo del gobierno Monti en Italia, en octubre de 2012, para describir a los jóvenes del nuevo milenio y para justificar su idea de que la falta de ocupación juvenil era debida a la excesiva “quisquillosidad” de los jóvenes, a la hora de elegir el primer puesto de trabajo. Por supuesto, esas declaraciones causaron tormentas en los medios, a veces disculpas, pero nunca provocaron dimisiones. Lo triste, es que las palabras de la exministra Elsa Fornero no fueron las únicas y que otros personajes de la política italiana se atrevieron a juzgar, a veces sin tener idea de lo que decían, toda una generación de jóvenes, echándole la culpa del fracaso de una política que no ha sabido encontrar respuestas, ni ha invertido en programas, en verdaderos proyectos orientados a enfrentar de una vez la problemática juvenil. Esta forma de acercarse a la problemática juvenil, a pesar de todas las convenciones internacionales, las declaraciones de los derechos de la infancia ..., demuestra que la condición de *los enfans* todavía se encuentra con dificultades en ser tomada en consideración, como parte integrante y determinante de la sociedad.

que, a pesar de haber pasado casi desapercibida, ha empezado a moverse silenciosamente entre las mallas atascadas de la red, convirtiéndose en una parte integrante del sistema, al traer unas cuantas novedades en la formación de la inteligencia colectiva, de las que podríamos beneficiarnos todos los que creemos en la necesidad de reformular los pilares sobre los cuales construir la vida comunicativa y social de los seres humanos.

Respecto a la primera pregunta –¿quién es el ingenuo 2.0? ¿cuál es su rol en la sociedad de la comunicación digital? –, al ingenuo 2.0 podríamos definirlo como un sujeto, un creador/consumidor de información, que genera y comparte experiencias y conocimientos en el ámbito digital, mediante instrumentos comunicativos que la tecnología informática le ha proporcionado.

Es un optimista, un soñador –en el sentido que cree en el poder inspirador de la actividad onírica–, un sujeto que no se rinde a la rabia, que imagina un mundo sin fronteras, eco sostenible y acogedor.

El joven, el adulto “ingenuo” no está en la calle o en la red, para gritar, insultar o pegar, no ensucia ni destroza almacenes, pero protesta contra las desigualdades y las injusticias, está convencido de que la unión de ideas puede producir palabras tan potentes como para hacer que caigan muros y tan eficaces como para persuadir/convencer a un número siempre mayor de personas, sin recurrir a ningún tipo de violencia física o verbal.

La verdadera fuerza radica en la coherencia de los pensamientos, los hábitos y la idea de mundo a la que el ingenuo ha conseguido llegar, manteniendo la fe en esa ingenuidad primitiva que lo ha acompañado a lo largo de su infancia y que le otorgó el poder de dar nombre a las cosas y construir, a través de las palabras, un diálogo ininterrumpido entre mundos imaginarios y reales, sin olvidar y sin alejarse nunca de la realidad auténtica en la que vive.

Es altruista y desinteresado, no piensa en lo que puede/podría ganar y no se concentra en el cambio o la sofisticación de la situación, a través de las palabras. Además, promueve *crowdfunding* para recaudar dinero –porque está convencido de la sostenibilidad de una causa–, participa en plataformas de movimientos políticos –con la convicción de ser una pieza determinante y que puede expresar sus opiniones libremente– utilizando exclusivamente sus experiencias y sus

habilidades comunicativas, como herramientas para “seducir” a sus interlocutores, asegurándose de que confíen en él y que le otorguen credibilidad y confianza.

El ingenuo es “compulsivamente” interactivo, en un sentido positivo del término, está involucrados en miles de proyectos, porque cree en la planificación y en el desarrollo colaborativo de una idea.

Como un niño pequeño, los ingenuos pueden enfrentar y solucionar un problema con lógica y simplicidad, porque está todavía en posesión de esa capacidad que le permite captar lo esencial y servirse de esta esencialidad para encontrar la salida y deshacerse de la ansiedad y de las preocupaciones innecesarias, para aprovechar al máximo la libertad de hacer volar los elefantes o imaginar un mundo a su propio gusto, porque *“la sorpresa es una reacción ante la transgresión de un supuesto. El supuesto es, desde luego, lo que se da por descontado, lo que se espera que sucederá”*<sup>223</sup>.

Por lo visto, algo totalmente diferente de la imagen de bohemios rebeldes, quisquillosos, narcisistas y cobardes, grabada en la mente de los demás, como un tópico para describir la realidad juvenil.

Resumiendo, el ingenuo 2.0 es un sujeto que confía en los demás y que transmite confianza, lo que contribuye a la definición de su *ethos*, de su credibilidad en la realidad como en la comunidad virtual, a la hora de producir, recibir, interpretar, de compartir textos y/o informaciones en general.

Su diversidad es mostrar las cosas en su objetividad, describirlas por medio de palabras que pueden revelar la autenticidad del objeto al que se refieren, además de conocer el momento apropiado para intervenir en la discusión o para emitir un juicio, una idea o un pensamiento.

La tarea principal del ingenuo, en el contexto comunicativo actual, sería entonces la de demostrar que, también a través de una presencia, que a veces prefiere pasar desapercibida en el congestionado entorno de los cibernautas, como en el de la sociedad de la información interplanetaria, se puede conseguir una audiencia, un cierto número de seguidores que han encontrado en él la credibilidad necesaria para compartir ideas, pensamientos....

---

<sup>223</sup> BRUNER, Jerome, *Realidad mental y mundos posibles*, trad. cast. López Beatriz, Barcelona, Gedisa, 1998, pp. 55-56.

Sobre el papel que desempeña la ingenuidad en la capacidad de interpretar y construir información, que corresponde a la segunda pregunta que hemos presentado al comienzo de este capítulo, para describir el ingenuo 2.0, considerando que la ingenuidad es también, como se ha dicho, una forma de comprensión / interpretación de la realidad, una hermenéutica que permite ver las cosas como lo harían los niños, podría ayudar en desarrollar una relación comunicativa, que ponga en el primer puesto la autenticidad de los contenidos en lugar de la forma de transmitirlos, la simplicidad y la claridad en la disposición de los elementos lingüísticos, sintácticos o estilísticos, para conseguir sin esfuerzos inútiles e innecesarios, la adhesión del público a su causa.

Para que el *ethos*, la “credibilidad” del emisor –que, en la realidad virtual, coincide con la imagen que el autor transmite a los demás y refleja su identidad, lo que implica su *visibilidad /buscabilidad* en la red–, junto con un *logos* adaptado a la peculiaridad del canal de transmisión y del contexto, –el material lingüístico producido en los diferentes géneros y subgéneros de la web–, ponga en marcha el *pathos* logrando la *captatio benevolentiae* de una audiencia tan heterogénea, “polifónica” y “poliacroásica”<sup>224</sup> como la de las redes sociales, es necesaria una planificación detallada de cada momento, cada aspecto involucrado en el proceso de producción, transmisión e interpretación de mensajes que, una vez compartidos con otros usuarios, pasarán a formar parte de los archivos de la memoria colectiva. La función metalingüística que realiza la Retórica, que también permite descubrir todos los intentos de manipulación del mensaje y el uso sofisticado de las palabras, ayuda a aclarar los verdaderos propósitos/funciones que pueden ocultarse detrás de mensajes fascinantes, creados con finalidades muy lejanas de lograr una cierta “honestidad” en la comunicación

Para contestar finalmente a la tercera pregunta –acerca de los aspectos de la *ingenuitas*, que los ingenuos podrían introducir en la relación comunicativa de las personas–, la Retórica de la ingenuidad podría quizás ayudar a hacer comprender que, incluso con mayor dificultad, se puede conseguir una comunicación / información más auténtica y eficaz.

---

<sup>224</sup> ALBALADEJO, Tomás, *art. cit.*, 2009, pp. 39-58.

A través de un lenguaje capaz de hacer visible la objetividad de las cosas y de describirlas como lo hace un niño, de forma sencilla y con todos los matices necesarios, el uso de la metáfora y de otras figuras retóricas..., hacen que la representación mental de la escena, en la mente de los receptores, resultará tan creíble como para confiar en quien la produjo.

La objetividad semántica y la sencillez descriptiva de los aspectos que mejor definen lo que se dice y cómo se dice, se une a la necesidad de aprovechar del momento más oportuno, para transmitir una experiencia comunicativa/relacional, de acuerdo con la exigencia de compartir la ilusión del descubrimiento, típica de la infancia—, para que el efecto sobre el receptor sea aún más redundante e incisivo.

## **SEGUNDA PARTE**

Todo el mundo es un genio. Pero si juzgas a un pez por su habilidad de trepar un árbol, pasará su vida creyendo que es un idiota.  
(Albert Einstein)

## **CAPÍTULO CUARTO: La Retórica de la ingenuidad**



## 4.1 La ingenuidad y la elaboración del discurso de los ingenuos

Tratar de entender cómo los ingenuos –a través del uso de la *ingenuitas* y las formas en que se manifiesta–, logran que su mensaje sea persuasivo, ha dirigido la atención, de modo particular, a la comunicación en las redes sociales, para representar el contexto en el que se producen la mayoría de estas relaciones sociales y de comunicación, involucrando la producción, recepción y transmisión de discursos, pensamientos, información, ideas...

Se han analizado textos escritos o pronunciados oralmente y transmitidos a través de los diferentes *géneros* de la web, prestando atención al discurso que se va generando a partir de las respuestas/reacciones de la audiencia y que se distingue en ulteriores *subgéneros*, relacionados con la naturaleza de quien emite el mensaje, las finalidades del mensaje y el contexto de emisión–, así como las reacciones de la audiencia virtual.

*Facebook* o *Twitter*, p.ej., en cuanto redes sociales, son géneros de la web con finalidad de ocio y profesional, que permiten intercambiar mensajes e informaciones, abiertos a jóvenes y mayores, para compartir sus emociones y pasiones, a profesionales, para promover sus actividades o a personajes públicos, para tener contacto directo con la gente común.

Los jóvenes usan estos géneros muy fácilmente y, en cierto sentido, son ellos quienes han dictado la mayoría de las reglas que caracterizan, en términos de eficiencia y funcionalidad, esas plataformas y, a partir de estos supuestos, se han buscado, entre los textos producidos por los jóvenes, las características lingüísticas y expresivas, las formas de diseñar el texto, seleccionar los contenidos y la forma de transmitirlos y compartirlos: elementos que se refieren a los aspectos distintivos que reflejan la *ingenuitas* que los inspiró.

Las herramientas y entornos digitales han hecho que el número de lectores potenciales se expanda enormemente y que la cantidad de textos producidos ya no se cuente, dado el elevado número de documentos en circulación.

Tras la evaluación de los textos digitales analizados, adquiere gran importancia la respuesta pública, lo que ha alentado también la reflexión sobre las distintas habilidades retóricas de los usuarios.

Las reacciones consecuentes a la recepción del discurso, ya sea en un texto analógico o digital, por parte de la audiencia determinan la calidad de la argumentación, lo que significa haber cumplido el propósito establecido en fase de *intellectio*, al definir el hecho retórico (*user-content-context*) y también en la de *inventio*, cuando han sido elegidos los tópicos, ordenados en la *dispositio*, para apoyar la tesis sobre la cual se quiere argumentar y que, a través de la *elocutio*, ha puesto en palabras toda la labor anterior, “materializándola” en el discurso.

Trataré de resumir, tomando en consideración las categorías de la retórica clásica, las formas en las que la ingenuidad puede manifestarse y cómo, mediante la ingenuidad, se pueden diseñar textos "*retóricamente ingenuos*".

Cuando hablo de textos y discursos *retóricamente ingenuos*, me refiero al tipo de textos que han sido inspirados y diseñados de tal manera que, la persuasión y el intercambio con el público se logran a través de la ingenuidad que los capacita, incluso en su simplicidad organizacional y estructural, para transmitir contenidos auténticos, expresados y verificables a través del *ethos* de su productor y de un lenguaje claro, sencillo, coherente con el contexto y que transmite objetividad.

Tomando como ejemplo el discurso de Severn Suzuki<sup>225</sup> –consultable en los *Anexos*– trataré de identificar la presencia de rasgos ingenuos en su formulación y estructuración interna, pero también en la forma en que el texto se relaciona, a través de la ingenuidad, con sus referentes, con el hablante/productor del texto, con el receptor, con el contexto, con el código y con el canal a través del cual se lleva a cabo la comunicación, aunque, como veremos más adelante, la persuasión de la audiencia virtual se obtuvo mediante la dirección de la película, que fue capaz de captar los pasajes más importantes del discurso de la joven activista, asociándolos a la reacciones del público presente, de modo que el mensaje transmitido resultara aún más incisivo.

En el discurso pronunciado, por la entonces pequeña activista canadiense, la ingenuidad del orador, gracias a su joven edad y a un perfil de usuario que refleja ternura e inevitablemente inspira confianza, implicó que la credibilidad no se pusiera en tela de juicio, lo que ha hecho que la audiencia –en un contexto tanto institucional y formal como pudo serlo una cumbre mundial sobre la situación medioambiental–, se pusiera en condición de recibir el mensaje a través del *pathos*,

---

<sup>225</sup> Véase capítulo sexto de esta tesis doctoral.

que ese *logos*, tan sencillo como puntual e incisivo, ha despertado en el receptor, poniendo en marcha los mecanismos para conseguir la persuasión y un relativo cambio de actitud por parte del público, sobre los temas presentados.

Tanto la identidad analógica, como la identidad digital de Severn Suzuki, reflejan aspectos de una personalidad sencilla e ingenua, que presenta la imagen de una joven en su autenticidad, por el hecho de que, también en todos los elementos que se relacionan con la comunicación, nunca se advierte la sensación de estar ante la presencia de alguien que no se representa a sí mismo.

Por lo tanto, la credibilidad del *ethos* de Severn, ya sea que se refiera a lo real o a lo virtual, se logra a través de la *ingenuitas* del emisor, que utiliza la potencialidad persuasiva que tiene el ser joven, para *docere*, *movere* y *delectare* y para captar la *benevolentia* de su audiencia, de manera que, la comprensión del mensaje sea más efectiva, gracias también al hecho de que, es un sujeto que se demuestra capaz de dar consejos razonables y coherentes con su identidad, que no oculta lo que piensa y/o no disimula lo que sabe, mostrando su habilidad para gestionar a su público.

El *pathos*, que apoya tanto el *ethos* como el *logos*, con sus argumentos afectivos que pueden provocar diferentes reacciones en los receptores, como nos enseñó Aristóteles<sup>226</sup>, teniendo en cuenta las reacciones del público presente en la actuación de Severn –además de las que fueron grabadas y emitidas durante la *pronuntiatio* del discurso–, y leyendo los comentarios de aquellos que visualizaron el vídeo de “la niña que hizo callar el mundo durante seis minutos”, logra su objetivo.

Sin embargo, también debemos reconocer el papel decisivo desempeñado por el *Kairós*, mediante el cual se ha aprovechado de la naturaleza oficial del momento y los beneficios derivados de la recepción múltiple de un discurso –poliacroásis–, para atraer la atención del público sobre un tema específico y ponerlo en condiciones, al menos, para pensar en una solución compartida.

Finalmente, a través del *logos*, que expresa verbalmente los *argumenta* que se refieren al tema en discusión, se estimula la “*compasión*” de los oyentes, a través del uso de un lenguaje que, aunque simple y expresando las características del

---

<sup>226</sup> Según Aristóteles, los argumentos relacionados con el *pathos* se basan en suscitar ira (*ὀργή*), calma (*πραότης*), odio (*μίσος*), amistad (*φιλία*), miedo (*φόβος*), confianza (*θάρσος*), vergüenza (*αἰσχύνη*), indignación (*τὸ νεμεσάν*), agradecimiento (*χάρις*), compasión (*ἐλεῖνος*) y envidia (*φθόνος*) por las virtudes y/o las actitudes de otros. Véase: Aristóteles, *Retórica*, ed. cit., II, 1378a-1388b.

entorno en el que fue desarrollado –la realidad de la infancia de Severn–, respeta las cualidades y registros de la elocución, es gramatical y sintácticamente correcto, comprensible, coherente con el *ethos* del emisor y es efectivo, también gracias a la elección de palabras, figuras y tropos, y a una composición lineal que hace que escuchar sea agradable.

En síntesis, en el discurso de Severn Suzuki podemos identificar la presencia de rasgos ingenuos en su formulación y en la estructuración interna, pero también en la forma en que el texto se relaciona, a través de la ingenuidad, con sus referentes, y que, a través de sus palabras de las emociones y los sentimientos que se estimulan y de su personalidad, consigue la adhesión de la audiencia a la causa y, por supuesto la persuasión.

La ingenuidad expresa también los *loci* que están relacionados con el miedo, el sentido de inseguridad típicos de los niños, la manera de interpretar los hechos y con la creatividad y la manera de solucionar los problemas.

Además, podemos encontrar rasgos de *ingenuitas* en las palabras, que expresan las pruebas a través de metáforas y otras figuras retóricas, de manera tal que las representaciones mentales que se generan pueden describir una realidad en su objetividad, de forma clara y sin recurrir a estrategias lingüísticas que pueden alterar el significado del mensaje.

La construcción metafórica permite la plasmación de una idea para facilitar su comprensión y constituye la modalidad, a través de la cual, los niños desarrollan su representación de la realidad: *una visión del mundo bajo la perspectiva del crear infantil, inocente, sin razón teleológica*<sup>227</sup>.

La ingenuidad, en virtud de las funciones que desempeña en el contexto comunicativo/relacional –la de inspirar, expresar, persuadir e incluso la que permite obtener un beneficio económico–, representa el molde sobre el que toman forma y se definen los aspectos involucrados en el proceso de invención, producción, comprensión e interpretación del mensaje.

Para decirlo de otra manera, la ingenuidad del emisor, presente en su forma de ser, de relacionarse con el contexto en el que actúa, en su forma de pensar y transmitir en el momento más apropiado sus pensamientos, llega al destinatario, a través de un lenguaje que hace visibles las cosas en su aspecto original, logrando que las

---

<sup>227</sup> SANTIAGO GUERVÓS, Luis Enrique, “El poder de la palabra: Nietzsche y la Retórica”, en: NIETZSCHE, Friedrich, *op. cit.*, 2000, p. 42.

diferentes reacciones del público –resultado de una *poliacroásis* receptiva– puedan converger en la sostenibilidad de la causa propuesta y cuanto mayor sea la adhesión del público, más fácil será persuadirlo.

Es bien sabido que la efectividad de un discurso depende de su estructura y de los elementos que lo componen y la retórica clásica sigue siendo la principal fuente de inspiración, cuando el objetivo es involucrar a tantas personas, como sea posible, en la sostenibilidad de una causa.

En la tabla a continuación, trataremos de resumir el papel que juega la ingenuidad en la producción y transmisión de textos, o sea qué características de la *ingenuitas* se encuentran y se pueden utilizar en las diversas etapas del procesamiento de mensajes, cómo reconocerlas y luego hacer que se manifiesten en el lenguaje, en la forma de usarlo, en la elección de contenidos, en la manera de presentarlos al público.

Categorías de la Retórica clásica	Ingenuidad
<b>Intellectio</b> <sup>228•</sup>	La ingenuidad desempeña un importante papel en la comprensión y en la interpretación de las cosas y de los hechos, porque permite acercarse a lo desconocido sin prejuicios y con una cierta libertad intelectual. Por lo tanto, a través de la ingenuidad, el orador se presenta, así como es, con sus límites, sus capacidades y transmite una imagen auténtica de sí mismo, convencido de que, también su público posee estas características. Por esta razón, a la hora de definir para quién, para qué y para qué contexto pensar en un tema de discusión, el orador llega a visualizar todo ese conjunto de elementos y construye una imagen <i>a priori</i> de la situación comunicativa, según criterios que incluyen también la manera de enfrentar y de solucionar los problemas. <i>User, content, context</i> (Hecho retórico) llegan a coincidir en lo que podría ser el objeto del discurso, por el hecho de que, en la mente del orador está pensado, según características que reflejan un mundo donde los elementos se relacionan entre ellos y luego

---

• La categoría de la *intellectio*, según reivindican Francisco Chico Rico y Tomás Albaladejo (en: “La intellectio: notas sobre una sexta operación retórica”, *Castilla, Estudios de Literatura*, Universidad de Valladolid, 1989, núm. 14, pp. 47-55.), representa una fase previa a las operaciones centradas en la elaboración del texto retórico y sirve para determinar el objeto del discurso, para examinar y tener una visión de la situación comunicativa, desde diferentes perspectivas: la del usuario, del contexto y de los contenidos, las que Tomás Albaladejo reúne en el concepto de *hecho retórico*. [Véase Albaladejo, Tomás, *art. cit.*, 2009, pp. 39-58].

	se expresan, a través de la ingenuidad que los ha inspirado.
<b>Inventio</b>	En la fase de <i>inventio</i> , se hallan las ideas y se buscan en la memoria, que está repleta de <i>ingenuidad</i> , todos los elementos que se relacionan con la experiencia del orador, su manera de interpretar las cosas, sus conocimientos y pensamientos, los lugares comunes, los tópicos, que serán los contenidos del discurso. La <i>ingenuidad</i> se puede encontrar sobre todo en la elección de los <i>loci</i> y los <i>topoi</i> , que incluyen principalmente: hechos concretos, la relación entre las personas, elementos medioambientales, cosas, lugares, animales, comparación y argumentación, causas de los problemas, desigualdades....
<b>Dispositio</b>	Todos los elementos encontrados en la <i>inventio</i> , deben ser organizados en una estructura discursiva, de una forma que, dependiendo de la posición que ocupan, puedan conseguir captar la atención y poner en marcha los procesos que llevan a la persuasión. La ingenuidad se puede encontrar –en la <i>narratio</i> –, en la forma de presentar los hechos necesarios para demostrar la tesis que se persigue, en la estructura sencilla de la narración, así como –en la <i>argumentatio</i> –, en la elección de las pruebas y los ejemplos que se aducen, para confirmar la tesis y para que –en la <i>peroratio</i> –, consigan la participación emotiva del público, apelando a sus afectos.
<b>Elocutio</b>	Los ingenuos, a la hora de poner en palabras los contenidos del discurso, recurren a estrategias retóricas, principalmente a metáforas, a la construcción anafórica –que en los niños coincide con la reiteración de una situación, que es el alma del juego infantil– a un lenguaje sencillo y situacional, comunicaciones verboicónicas, rápidas, escaso uso de las subordinadas, abundancia de detalles, uso fático del lenguaje, sobre todo en las redes sociales, uso de emoticonos, fotos, vídeos para mantener la narración...
<b>Memoria</b>	La memoria es el lugar donde la ingenuidad permite la vuelta a aquella realidad, que coincide con la “infancia del hombre” –en la que todos han podido experimentar, investigar e interpretar la realidad en total libertad, sin tener que conformarse con códigos o preceptos impuestos por la tradición o la cultura–, y donde encontrar los <i>argumenta</i> , los <i>loci</i> y los <i>topoi</i> y todos los elementos necesarios para la elaboración de un texto, que reproduzcan aquella experiencia emotiva y cognitiva y expresen la realidad en su objetividad.

<b>Actio/pronuntiatio</b>	La ingenuidad, en la <i>actio/pronuntiatio</i> , hace que los ingenuos expresen su singularidad, su visión de las cosas y su tesis, de manera tal que en sus mensajes no haya gritos, insultos o intentos de prevaricación, sino respeto, búsqueda de diálogo y oportunidad de argumentar y/o discutir, porque, para los ingenuos, lo importante es construir relaciones auténticas, que sepan reintroducir la ilusión de compartir ideas y pensamientos, formas de interpretar las cosas, que sean el reflejo de las verdaderas necesidades de la comunidad de los hablantes. Además, teniendo en cuenta que la <i>ingenuitas</i> te hace aprovechar de las cosas cuando suceden y considerado que la situación juega siempre a favor de un ingenuo, permite, con la complicidad del <i>Kairós</i> , adivinar y elegir el momento más oportuno para transmitir el mensaje, para que quede impreso con mayor mordacidad en la mente de los demás.
---------------------------	---

En los siguientes párrafos, estos aspectos serán explorados con la intención de apoyar la tesis inicial sobre la capacidad persuasiva de la ingenuidad, entendida como expresión de libertad y autenticidad.

Se centrará la atención en la argumentación y la elección de las pruebas –donde iremos buscando rasgos de ingenuidad en los elementos elegidos, los *argumenta* considerados más útiles, para apoyar una tesis–, en el uso del lenguaje y en la forma de utilizar las palabras, de construir el discurso y, finalmente, cómo gestionar la *performance* y la transmisión del mensaje, con una mirada hacia las nuevas modalidades comunicativas en las redes sociales, donde resulta más complicado reconocer la autenticidad y la ingenuidad de una identidad digital, incluso si el tema ha sido tratado sólo en parte, aunque merecería una atención particular, especialmente cuando se trata de hacer comprender lo que significa compartir y gestionar aspectos relacionados con la individualidad personal y que se decide hacer coincidir en una identidad digital que los transmite y comparte con otras identidades.

## 4.2 El argumentar ingenuo

La argumentación es un proceso lógico, una herramienta cognitiva que tiene el hombre para transmitir, mantener y/o defender, a través de las palabras y del lenguaje en general, conocimientos, pensamientos, emociones, ideas..., también para demostrar la validez y la veracidad de una opinión, a través de *argumentos* y/o *pruebas* para mantenerlos. La prioridad es defender la propia opinión en una multitud de intercambios que imponen sus normas y que presuponen el dominio de diferentes registros lingüísticos y la capacidad de utilizar los códigos relacionados con la elección del vocabulario, el uso de la sintaxis y las formas en que se dirige a los demás a participar plenamente en la vida social.

La intención de quien habla o escribe es la de compartir “experiencias” –que pueden ser lingüísticas, sociales, culturales– y, cuando es necesario, persuadir a otros de la validez de su punto de vista, su idea o pensamiento...

Participar en una argumentación implica darse cuenta de que no hay sólo una solución, un único mundo posible, sino muchos a los que se pueden dar oportunidades, reconociendo más prioridad a la capacidad de aproximarse a aquello que no necesariamente lleva a una respuesta única. Desde la antigüedad, entre las modalidades a disposición del hombre para conseguir la persuasión de un hipotético receptor, se hace una distinción entre:

- la *demostración*, donde dominan las reglas consideradas universales y la coherencia lógica del razonamiento, que llega a una conclusión compartida por todos –tratando de hechos objetivos y verdaderos, como pasa con la demostración científica y no de opiniones–, que logra la confianza del otro principalmente por medio de argumentos racionales, discusiones, diálogos, una prueba y no tanto a través de sugerencias o seducción.

El objetivo de la demostración es analizar los contenidos y no tanto las estrategias lingüísticas y los perfiles temáticos.

El que discute pone los resultados que busca alcanzar en primer plano y, en vista de este resultado, exhorta a las expectativas y a las disposiciones afectivas de sus receptores.

- La *argumentación*, donde la intención es la de compartir con unos destinatarios específicos una idea, discutir sobre las causas y consecuencias de los



fenómenos observables en un determinado contexto, en la comunidad a la cual pertenecen, por medio de una serie de argumentos, razonamientos (y no sólo una prueba), de ideas posibles, aunque no siempre reflejan valores universales.

La verdad que se pretende admitir es en sí misma ambigua y cuestionable, ya que pertenece al orden de lo verosímil y de lo opinable, de los lugares comunes, de las creencias populares y no pretende nunca transmitir valores universales.

Por esta razón, en línea con su propósito persuasivo, debe presentar la cuestión de manera que resulte clara, eficaz y capaz de capturar la atención, recurriendo a estrategias que no necesitan el empleo de verdades demostrables, sino emotivas, como las palabras, las imágenes, los sonidos..., que permiten igualmente conseguir su reto.

Los *topos* elegidos y que se van a tratar para sostener una tesis, siempre están en relación con la función que se quiere perseguir y con la reacción de la audiencia que se relaciona en manera directa e inmediata con el emisor.

El que argumenta pone en primer plano la elección de los argumentos y las formas para transmitirlos, de manera que sean aceptados y compartidos, garantizando la efectividad del proceso persuasivo en sus receptores.

Como ya hemos visto, en todos los ámbitos en los que se practicaba el arte de hablar y, siglos más tarde, a través de la escritura, la argumentación ha sido investigada y ha seguido siéndolo, consiguiendo además más importancia, por la gran influencia que los medios de comunicación van asumiendo entre la sociedad. Gracias a los estudios de Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts Tyteca sobre la argumentación y el auditorio, como se ha tratado anteriormente, la Retórica logró ser reconocida como “Teoría de la Argumentación”, por no tener entre sus objetivos el de demostrar verdades universales, sino hacer posible probar, “*hacer ver las cosas*”, a través de *argumenta* –aunque no “científicamente testados”–, que de todos modos llegan a persuadir y/o convencer al receptor y por medio de instrumentos diferentes. Entre esos, el lenguaje, el *logos*:

...las palabras que tienen efecto, que son elocuentes, que exponen el argumento como si fuera algo vivo, como una imagen”<sup>229</sup>, a “través de una presentación detallada de los datos y una representación en cierto sentido

---

<sup>229</sup> RAIMONDI, Ezio, *op. cit.*, 2002, p. 43.

mimética de lo que está sucediendo”.<sup>230</sup>

Se plantean estrategias argumentativas para llegar a complacer a un público acerca de todo: de los productos comerciales a los proyectos políticos, estableciendo las reglas y las formas para defender un razonamiento sobre aspectos verosímiles de la realidad.

Es decir, se busca la manera de preparar el destinatario del mensaje a la aceptación del tema de la argumentación; se le ayuda para que perciba el evento, para que consiga representarlo en su mente, de una forma tan clara y detallada como si todo esto estuviera sucediendo en ese mismo momento y finalmente, para que se deje involucrar dramática y emotivamente, abriéndose a la persuasión.

A través del *logos*, de las palabras, de recursos estilísticos, se hacen plásticos los pensamientos y se logra la *ἐνάργεια*<sup>231</sup>, la *evidentia* que permite “hacer visible” lo observable, una acción, un hecho y todos los aspectos que lo connotan.

El discurso, las imágenes, todo lo que un emisor envía tiene que llegar al oído, a los ojos, pero también “mover las cuerdas”, “mostrar”, “hacer evidente” lo que se está diciendo, de manera que el receptor pueda “verlo” en su mente mientras lo escucha y/o lo lee.

La *evidentia* no es natural, sino artificiosa. La manera en la que se expresa y articula “lo evidente” depende del lenguaje que se utiliza y del discurso que se trasvasa, con el que coincide, el que le presta verosimilitud y autoridad. No se trata tanto de lo que se pone ante los ojos, sino de los ojos que describen y de los ojos que miran. El análisis de la evidencia no puede, ni debe, considerarse

---

<sup>230</sup> MANIERI, Alessandra, *L'immagine poetica nella teoria degli antichi. Phantasia e enargheia*, Pisa-Roma Istituti Editoriali e Poligrafici, 1998, p. 123.

<sup>231</sup> El término *ἐνάργεια* se compone del prefijo *ἐν* + el adjetivo *ἀργός*, que significa “poner en claro”, y se refiere a una estrategia lingüística que, por medio de las palabras, de las figuras..., logra desarrollar una especie de evidencia visiva, narrando los hechos de una manera clara, tal como para verlos y como si estuvieran pasando. Para los latinos, la *ἐνάργεια* es la *evidentia*, que llaman también *demonstratio*, *illustratio* o *representatio*. En la *Rhetorica ad Herennium*, por ejemplo, se dice que: “la demostración es cuando se expresa algo, a través de palabras, de tal manera que el hecho parezca suceder y los ojos puedan verlo” [*Demonstratio est, cum ita verbis res exprimitur, ut geri negotium et res ante oculos esse videatur*. IV, 68]. “Gracias a la *evidentia* –decía Quintiliano en la *Institutio oratoria* [*Est igitur unum genus, quo tota rerum imago quodam modo verbis depingitur*. VII, 3, 63]– se pinta con palabras una imagen de la realidad en su totalidad”.

aislado del contexto ni del receptor. Si así fuera el discurso sería incomprensible por cuanto estaría alejado de su voluntad comunicativa<sup>232</sup>.

Se sabe de sobra que, la eficacia de una argumentación se logra cuando todos los elementos relacionados con ese proceso están conectados entre ellos y que incluso una sencilla incidencia puede afectar a la recepción y a la efectividad comunicativa del mensaje.

En este sentido, la Retórica ha puesto a disposición todo un arsenal procedural y lingüístico para construir textos y discursos en grado de persuadir a una audiencia, para conocer el contexto cultural y social en el que se debate, pero también unas herramientas para interpretarlos y/o para encontrar cada intento de manipulación del mensaje originario.

Teniendo en cuenta que aquí estamos tratando de las potencialidades retóricas de la ingenuidad, iremos viendo cómo esta puede influir en la argumentación y también como reconocer una “argumentación ingenua” –en relación a la *ingenuitas* entendida como libertad y autenticidad–, y las formas lingüísticas/estructurales que la definen, con particular atención a la realidad juvenil, que es la que en realidad, sobre todo después de la invasión de la tecnología informática, más influencia ha tenido en el desarrollo de nuevos lenguajes y modalidades comunicativas.

Para respaldar y reforzar mi idea sobre la capacidad persuasiva del ingenuo, he tomado en consideración todos los discursos orales, los textos escritos, las conversaciones *on* y *offline* mantenidas con mis alumnos, durante más de treinta años como docente en Italia y en el extranjero.

Un marco de referencia que se ha implementado, incluyendo el trabajo de iniciación a la investigación y de análisis de textos reales y/o virtuales, realizados durante el periodo formativo de este Doctorado.

La decisión tomada ha sido la de dejar a un lado las críticas y las discusiones acerca del empobrecimiento lingüístico, de las faltas gramaticales y sintácticas, las expresiones aparentemente fuera de lugar y sin sentido y que han llegado a formar parte de la lengua estándar, para centrarme en los efectos persuasivos que esos argumentos pueden lograr.

---

<sup>232</sup> FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Amelia, “La *evidentia* retórica como rasgo interdiscursivo para un análisis comparado: oratoria, literatura y espectáculo”, en: Alemany Ferrer, R. y Chico Rico, F., (eds.), *Literatura i Espectacle*. Literatura y Espectáculo, Alicante, Universitat d’Alacant – SELGYC, 2011, pp. 203-214.

Se ha puesto particular interés en evidenciar el conocimiento que las/los jóvenes tienen sobre el tipo de emisor/a que quieren ser y las formas en que se vinculan con el tema de su texto, así como el conocimiento sobre el tema del que deben escribir y de los procesos de composición –incluido el rol que juegan la audiencia y los propósitos del texto–, las estrategias para desarrollar un discurso argumentativo, las formas de mantener la tesis, etcétera, y finalmente las habilidades para reflexionar sobre el propio trabajo.

La argumentación entre los jóvenes, abarcada desde una perspectiva que integra el mensaje –“lo discursivo” en general– y su contexto –“lo lingüístico” en particular– en situaciones informales, puede ayudar a aproximarse al discurso juvenil, para empezar a comprenderlo y no sólo a juzgarlo.

Supone además considerar lo argumentativo como una especie de mecanismo de conversación entre los jóvenes y puede reflejar lo que está detrás de cada personaje, porque cada prueba, cada argumento alegado en defensa de una tesis, es el resultado de una multitud de factores: sociales, culturales, formativos..., que, después de haber pasado por el filtro del razonamiento, convergen en la solución que se considera la más convincente, la más adecuada para lograr la adhesión con su interlocutor.

Hace tiempo, que se ha dado por sentado el hecho de que, el auge de las redes sociales, donde el rigor –y el respeto por las reglas lingüísticas y estructurales del texto–, suele ser mínimo, haya condicionado y modificado todo el proceso comunicativo y, por lo tanto, ha sido necesario un *reset* general del sistema, que ha debido inevitablemente ser adaptado a nuevos canales de transmisión y a las diferentes modalidades de enfoque a las oportunidades proporcionadas por la red. Hoy en día, la comunidad virtual es el entorno en el que se transcurre la mayoría del tiempo y donde se produce un número indefinido de “experiencias comunicativas” que no sólo circulan en la red, sino que se mezclan y se entrelazan, en relación con la naturaleza de los emisores, con las finalidades del mensaje y con el contexto de emisión. En ese entorno, la investigación sobre la argumentación juvenil permite, por un lado, comprender los procesos del lenguaje, la forma de usarlo y las finalidades a las que está destinado y por el otro, facilita la comprensión de las operaciones mentales que están relacionadas con aquellas lingüísticas.

La comunicación y el diálogo en la red –un espacio de acción distinto a otros espacios: escuela, familia, lugares de diversión–, representa una de las prácticas discursivas más difundida y, además, en particular para los jóvenes, fortalece la autoestima, el sentido de pertenencia a un grupo y la identidad generacional.

A lo largo de esta investigación, la ingenuidad es considerada como rasgo de la personalidad del sujeto en su función de emisor, como productor de textos significativos y no como la actitud de un receptor pasivo, lo que expone más fácilmente el sujeto a la manipulación. Además, se considera también como hermenéutica, como capacidad de interpretación y comprensión de la realidad y como herramienta retórica, en su función persuasiva, en grado de poner en marcha una relación comunicativa más auténtica entre los usuarios de la comunicación.

En el apartado de los *Anexos*, se encuentran tres discursos pronunciados por jóvenes adolescentes donde, a través de distintas modalidades argumentativas, se evidencia cómo se llegó a la persuasión, qué estrategia lingüística y/o estructural se ha adoptado para que el mensaje fluyese y llegara en toda su autenticidad, así como ha sido pensado en fase de *inventio*, o incluso antes, en la *intellectio*.

A través de un lenguaje capaz de hacer visible los hechos narrados, de presentarlos en todos los rasgos objetivos y auténticos, de aprovechar el lugar, el tiempo y el canal adecuados para transmitirlo, se intenta explicar cómo la ingenuidad está presente y como consigue lograr la persuasión de su audiencia.

La sencillez de las palabras utilizadas para la exposición de sus tesis, coherentemente con la simplicidad de las pruebas aportadas para estructurar sus argumentaciones, pueden convertirse, en efecto, en proyectiles capaces de impactar en el corazón de un público.

Las cuestiones avanzadas en el curso de la argumentación, a veces sencillas e infantiles, revelan toda la fuerza que las palabras, con las que son formuladas, poseen cuando son pronunciadas por niños.

Son términos que no subyacen a la mediación cultural ni a las convenciones sociales: son la expresión de lo que sale del corazón y se manifiesta en toda su originalidad y pureza, así como sólo un niño puede hacer.

Cada palabra es manifestación de lo “evidente”, de lo objetivo, de lo que es de tal manera, porque así ha salido de la naturaleza y de los eventos observables.

Además, las palabras no sólo transmiten significados objetivos, sino que los describen, los connotan, logrando la *evidentia* retórica, estimulando la

representación mental de los hechos escuchados/leídos, lo que permite “verlos suceder”. Los receptores se convierten en espectadores de una escena, como si estuvieran en una especie de espera que los lleva a revivir emociones y se solicita el *pathos*.

No saben cómo arreglar los agujeros en nuestra capa de ozono. No saben cómo devolver los salmones a aguas no contaminadas. No saben cómo resucitar un animal extinto. Y no pueden recuperar los bosques, que un día talaron y que antes crecían donde ahora hay desiertos. Si no saben cómo arreglarlo, por favor, dejen de estropearlo<sup>233</sup>.

La solución no necesita muchas vueltas o razonamientos porque es “evidente”, está en los ojos de todos; las pruebas aportadas confirman la incapacidad de solucionar los problemas relacionados con el medio ambiente y, por lo tanto, la cosa más lógica sería reconocerlo y en consecuencia dejar el cargo que se está ocupando a favor de alguien que sepa hacerlo. De manera directa y sin dar vueltas inútiles al tema, la argumentación del ingenuo sabe poner en evidencia la *incoherencia* entre lo que se dice y lo que se hace, entre lo que las palabras semánticamente significan y la aplicación práctica y conveniente que realmente se hace con ellas.

Ustedes nos enseñan a no pelear con otros, a arreglar las cosas, a respetarnos, a enmendar nuestras acciones, a no herir a otras criaturas, a compartir y a no ser egoístas. Entonces, ¿por qué fuera de casa se dedican a hacer las cosas que nos dicen que no hagamos?<sup>234</sup>.

Es cierto que, desde muy pequeños, a través de la experiencia, los niños aprenden a distinguir muy bien los diferentes grados de intensidad que se asocian a las palabras y, al mismo tiempo, se dan cuenta de que, en la mayoría de los casos, esto que dicen en ese momento, no tendrá lugar, como en el caso de las amenazas de los padres con el partirnos la cara y que en realidad nunca se han realizado.

Empiezan a comprender la oportunidad de *alterar, modificar* el significado semántico de una palabra y usarlo en contextos diferentes y con distintas funciones,

---

<sup>233</sup> SUZUKI, Severn, *Anexos*, p. 328.

<sup>234</sup> *Ibíd.*, pp. 329-330.

aprendiendo además la importancia del “momento elegido”, del tiempo oportuno y circunstancial, para pronunciarla. Entusiastas y participativos en los procesos democráticos –aunque no tienen un adecuado conocimiento de conceptos cívicos y ciudadanos–, motivados por un fuerte sentido de la justicia, que se les ha transmitido desde la primera infancia, los jóvenes no dejan de usarlo como prueba, para demostrar su inocencia ante los hechos que se les imputa. También, saben recurrir a razones éticas, para exponer a los adultos al hecho de que son los responsables de muchos de los problemas de la sociedad y de que muchas de las incidencias y de los errores no son consecuencias de la ingenuidad juvenil, sino que son provocados por parte de aquellos que deberían supuestamente solucionarlos.

Cada vez que hacemos un pedido irracional, mostramos un comportamiento irresponsable o manifestamos cualquier otro rasgo de ser ciudadanos norteamericanos normales, nos dicen que somos infantiles, y esto realmente me molesta. Al fin y al cabo, veamos estos sucesos: Imperialismo y colonización, guerras mundiales, George W. Bush. Pregúntense: ¿Quiénes son los responsables? Los adultos. ¿Qué hemos hecho nosotros los niños? Bueno, Ana Frank llegó a millones con su impactante relato del Holocausto, Ruby Bridges ayudó a ponerle fin a la segregación en los Estados Unidos, y, más recientemente, Charlie Simpson ayudó a recaudar 120.000 libras para Haití en su pequeña bicicleta. Así que, como lo demuestran estos ejemplos, la edad es irrelevante<sup>235</sup>.

Al contrario de lo que se pensaba, estudios recientes han demostrado que, el uso consciente de la herramienta digital, además de facilitar las relaciones comunicativas y el intercambio de información, ha dado un impulso positivo al desarrollo de habilidades cognitivas que han condicionado y mejorado la capacidad de argumentar de los jóvenes cibernautas. La velocidad y la facilidad con que se pueden encontrar materiales y la información han ampliado y mejorado los contenidos seleccionados, las pruebas alegadas y todos los elementos necesarios para defender una tesis o una causa, demostrando además que, el estar

---

<sup>235</sup> SVITAK, Adora, *Anexos*, p. 331.

*online* los mantiene actualizados sobre los acontecimientos actuales, ecología, política..., lo que significa poseer conocimientos y capacidad de reflexionar sobre las diferentes posiciones alrededor de un mismo tema y elegir la/las que se ajustan mayormente a la propia personalidad.

El lenguaje, a través de las palabras, transmite objetividad y credibilidad a los *argumenta*, a veces directamente, otras en forma de metáforas, aprovechando la creatividad y la libertad de expresión que le proporcionan su condición de joven.

La sinceridad juvenil, a veces excesivamente extrema y desvergonzada, combinada con un lenguaje capaz de describir incluso los aspectos más ocultos de un concepto, una situación, un pensamiento ... incluso en su simplicidad, ha asegurado que los argumentos no sean considerados por el público como inconsistente y / o superficial, pero, por el contrario, debido a esta simplicidad, se consideran no solo compatibles con el carácter del creador de mensajes, sino también bastante válidos, para *docere, movere y delectare*, para alcanzar, desde un lado, la *captatio benevolentiae* de la audiencia, gracias a la simplicidad argumentativa y estilística con la que están expuestos y, en segundo lugar, para confirmar la credibilidad del emisor y su autenticidad, por lo que, a través del discurso, se despiertan los mecanismos que conducen a la persuasión, aprovechando también el potencial persuasivo que esa “subjetividad ingenua” puede representar. En relación con los discursos de los jóvenes, la subjetividad, que tiene además una función discursiva, se proyecta en palabras que tematizan su persona, que hacen visibles, en el texto, tanto los pensamientos, como el carácter del autor del mensaje, que transforman en *argumenta*, en *verba*, las ideas y todo lo relacionado con su entorno y facilitan la comprensión del texto, gracias también al uso de un estilo que los representa y que les gusta y, al mismo tiempo, refuerzan su identidad que, por ser una expresión de la ingenuidad del hombre, ya es creíble en sí misma, incluso antes de que se realice cualquier acto de comunicación.

Pero la credibilidad y la reputación que se le da "independientemente de", no siempre es una ventaja, ya que evita el cuestionamiento de la *auctoritas* que el emisor debe conquistar para ser creído, y puede implicar el riesgo de ser utilizada, para fines que van más allá de la autenticidad de las relaciones de comunicación, y que se centran más, como en el caso de la publicidad, por ejemplo, en todos los beneficios que se pueden obtener, aprovechando el "agarre" seguro al público que, la *ingenuitas*, la sinceridad permite conseguir.



### 4.3 Modalidades, estrategias lingüísticas y estilo del discurso

Reflexionar sobre cómo se utilizan las nuevas herramientas tecnológicas, cómo se expresan las ideas y los pensamientos y comprender las razones que influyen en la elección de un tipo de lenguaje en lugar de otro, una forma y un estilo para transmitirlo mejor y de acuerdo con el contexto, el contenido..., es una forma para facilitar la puesta en marcha de un proceso de acercamiento a ese mundo: el mundo de los ingenuos –tan criticado y considerado, durante mucho tiempo, como un conjunto de personas vagas e inconcluyentes–, con el objetivo de aprender cómo y por qué lo hacen así y, además, qué se esconde detrás de esas palabras, esos lenguajes a veces tan crípticos, otras directos, vulgares, lejos de los cánones de la preceptiva tradicional y convencional.

Ya que no podemos “callarlos”, reducirlos al silencio, como se ha hecho en el pasado, como se ha visto en apartados anteriores, en algún momento habrá que comenzar a entender a los jóvenes, aunque sólo sea por haber nacido en un contexto en constante cambio, que utilizó los rasgos asociados con esta etapa de la vida, el modo de transmitir informaciones y construir relaciones comunicativas, para desarrollar una herramienta que ha permitido a todos acceder a la información, sin la intervención de algo o alguien que lo hiciera en su lugar.

El nuevo contexto comunicativo/relacional, representado por las redes sociales, es el lugar, como se mencionó anteriormente, en el que coinciden los tres aspectos clave de esta investigación -la argumentación, el lenguaje y la realidad juvenil- y, por lo tanto, es el ambiente que supervisaremos con especial atención, con la intención de encontrar elementos de ese lenguaje que puedan ser reconocidos como aspectos característicos de la ingenuidad.

Inicialmente, la nueva realidad digital fue acogida con la misma inquietud, la misma preocupación que acompaña a los cambios y que impone una redefinición de los pilares que han inspirado la organización y la estructura de la sociedad, así como las relaciones de comunicación y la forma de transmitir la información, sembrando un cierto pánico, que tuvo más que ver con los temores de los adultos que con las vidas de los adolescentes.

En los años treinta, por ejemplo, los padres estaban preocupados por los efectos y el “control” que la radio hubiera podido ejercer sobre los jóvenes y en los ochenta,

el gran peligro se identificó en la música rock y en el *Walkman*, un aparato que permitía reproducirla, quien "*ayudó a crear*" – como dijo el filósofo Allan Bloom (1930-1992):

al adolescente cuyo cuerpo palpita a ritmo de orgasmo, cuyos sentimientos se articulan en himnos que cantan a las alegrías del onanismo o a la muerte de los padres y cuya ambición es ganar fama y dinero imitando al transformista de turno cuya música escucha.<sup>236</sup>

Y lo mismo sucedió en los años siguientes: la tecnología digital es el nuevo enemigo a combatir –responsable también de haber hecho que los adultos pierdan el control sobre los jóvenes–, el culpable de haber convertido las nuevas generaciones en una multitud de clones hedonistas, que se expresan a través de un lenguaje críptico y a menudo indescifrable y que no está reconocido en los cánones de los preceptos tradicionales.

Sin embargo, fijándonos en la actividad digital actual, los hechos son mucho más positivos de lo esperado y, además de rehabilitar la imagen pública de la realidad juvenil, se da por sentado que, la red les ofrece, a los jóvenes, oportunidades increíbles para mejorar y profundizar sus conocimientos y para volverse creativos, dándoles la oportunidad de publicar libre y autónomamente ideas y pensamientos, que pueden ser compartidos a nivel global.

Además, les ha ayudado a centrarse más a la hora de producir/transmitir el mensaje, en términos de atención al qué, al quién y para qué están escribiendo, al género de texto y al contexto en el que se encuentran, sobre todo si el destinatario es un público desconocido o una audiencia real. Según el enfoque retórico, las redes sociales se pueden analizar a nivel general como una *macrosecuencia* discursiva –que se dirige a alguien, que se encuentra en un contexto específico y con una finalidad precisa, pero también a nivel particular, para las *microsecuencias* discursivas que generan, relacionadas con la naturaleza de los emisores, las finalidades del discurso y el contexto de emisión.

---

<sup>236</sup> THOMPSON, Clive, "Teenagers and social networking: it might actually be good for them", *The Guardian*, 5/10/2013. Online en: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2013/oct/05/teens-social-networking-good-for-them> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

Los medios digitales, al introducir funciones como la *interactividad*, la *buscabilidad*..., han puesto en acción el desarrollo de distintos *géneros* discursivos y de otros tantos *subgéneros*, según los criterios de clasificación que se aplican a las redes sociales, que están relacionados con la tipología de usuarios/emisor que se sirve de ellos, con la finalidad del mensaje, que puede ser informativa, persuasiva, declarativa..., y finalmente contextual.

Además de proporcionar al usuario la capacidad de realizar diversas tareas, como leer, escribir y navegar por la web al mismo tiempo –gracias a la *bidimensionalidad*, permiten el uso simultáneo de diferentes lenguajes: palabras, imágenes, sonidos, fotos y todo lo necesario para definir un perfil de usuario, de una identidad digital creíble, accesible y localizable por un número creciente de cibernautas.

*Messenger*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Facebook*, como géneros favoritos entre los jóvenes de la comunidad-red, en esta investigación se consideran como el lugar donde lo que llamo Retórica de la ingenuidad entra en juego, para resaltar los rasgos lingüísticos/comunicativos, relacionales, culturales y sociales, propios de aquellos emisores/usuarios que, por edad, modalidades comprensivas, interpretativas y expresivas de la realidad, llamamos ingenuos y, además, para comprender cómo se utilizan esas características en la producción de textos, en qué formas se expresan y cómo los demás las perciben.

Los enunciados, a través de los cuales se expresan normalmente, en las redes sociales, así como en la comunicación cotidiana, son emisiones breves y elípticas, por el hecho de que, lo que más les importa es la *urgencia* de decir y la *rapidez* con la que obtienen una respuesta.

Por cierto, la brevedad y la rapidez son impuestas por las reglas que subyacen a este género, que no permiten la expresión articulada en distintos enunciados, por falta de espacio y, al ser el mensaje instantáneo, obligan a utilizar la menor cantidad de elementos lingüísticos, sustituidos, a menudo, con emoticonos, que también apoyan a la argumentación, por la carga de oralidad que transmiten.

Y a pesar de que todo esto podría ser una desventaja, por el riesgo de que a veces el destinatario no consigue descifrar parcial o completamente el mensaje, entre los jóvenes generalmente no suele ocurrir.

A nivel general, la modalidad de comunicar de los jóvenes y de los ingenuos, contiene elementos característicos de una conversación “cara a cara”, no expresa única y exclusivamente una conducta verbal, sino también la no verbal, busca la presencia continua de uno o más interlocutores, mediante un uso fático del lenguaje, para mantener un encuentro auténtico, inmediato y directo con él/ellos, con la ilusión de dar vida a una aventura sin fin y siempre nueva, a través de un diálogo, que represente un verdadero punto de encuentro entre diferentes identidades digitales, que se reconocen entre ellas, por la ingenuidad/autenticidad que reflejan.

El lenguaje hablado ha modificado aquel escrito y si el cambio lo consideramos como simplificación que puede ayudar a comunicar en una forma mejor, más directa –ojalá más auténtica– no es algo negativo, siempre que no empobrezca el lenguaje en general, favoreciendo el uso de un vocabulario restringido.

Al escribir un *SMS* o un *e-mail*, el objetivo del emisor es hacer llegar con inmediatez el mensaje al receptor y entonces hay que ser rápido. La escritura, en ese caso, tiene un carácter efímero y puede ser definida como “escritura volátil”, es decir, “que se va”. El verdadero problema es que no haya un traspaso de este tipo de comunicación efímera hacia la escritura.<sup>237</sup>

Hablando del lenguaje de Internet, no se puede olvidar que, ante todo, es una herramienta utilizada, para comunicar a través de un soporte tecnológico – ordenador, tabletas, Smartphone...– o de la misma red y que precisamente en virtud de aquella mediación, se han producido una serie de cambios y de adaptaciones organizativas y estructurales de los elementos del proceso comunicativo, que han influido sobre todo en el lenguaje y en su uso.

Originalmente, la relación entre el usuario y el soporte tecnológico tenía como único propósito el uso de las funcionalidades del ordenador, incluso si, desde el principio, ya se hablaba de *interacción*, de *diálogo* entre la máquina y el usuario: una conversación que, gracias a la mejora de las características del computer, se ha construido y enriquecido, a través de un uso metafórico del lenguaje– surgido

---

<sup>237</sup> MARASCHIO, Nicoletta-DE MARTINO, Domenico (a cura di), “Se telefonando..., ti scrivo: l’italiano al telefono, dal parlato al digitato. I giovani e la lingua”, *Atti dei convegni, Accademia della Crusca*, 11 maggio 2007, 26 novembre 2007, Firenze, Accademia della Crusca, 2010.

de la misma metáfora que representa la realidad virtual—, introduciendo, por un lado, la tendencia a servirse de esa herramienta mental y cognitiva, para entender cómo funciona nuestro pensamiento, nuestro lenguaje, nuestra realidad y nuestra cultura, por otro lado, para construir una realidad, de la que el lenguaje permite construir una representación.

La metáfora parte de una idea real para asemejarla a una idea imaginaria. La idea imaginaria ha de conectarnos por necesidad con la idea real. Entre una y otra existe en todo caso una comparación, que deja de ser explícita cuando las dos ideas se acercan hasta fundirse en una sola.<sup>238</sup>

Con la introducción de la denominada *User Interface*<sup>239</sup> se implementó el uso de la metáfora y luego se aplicó a servicios como *Facebook* y *Twitter*, extendiéndolo también al lenguaje escrito y hablado de la comunicación entre usuarios, llegando a connotarlo y transformándolo en términos de uso común, como: “navegar”, “tuitear”, “postar” y otros más.

El lenguaje, a través de las metáforas, hace que el sistema conceptual en el que se basa el pensamiento humano sea inteligible, facilitando la comprensión del contexto en el que se produce y, mediante el uso de figuras retóricas y ornamentales, aumenta el efecto persuasivo del mismo concepto que designa.

En relación con las finalidades de esta tesis, ha resultado bastante útil hacer referencia a los estudios de George Lakoff y Mark Johnson, según los cuales, lo que constituye “*la esencia de la metáfora es entender y experimentar un tipo de cosa en términos de otros*”<sup>240</sup>, y el recurso a esa oportunidad cognitiva permite estructurar metafóricamente un concepto, de tal manera que, como en una reacción en cadena, tanto lo que el concepto designa, como el lenguaje que se utiliza, para expresarlo, van estructurándose metafóricamente.

---

<sup>238</sup> RUIZ GURILLO, Leonor, *Hechos pragmáticos del español*, Alicante, Universidad de Alicante, 2007, p. 138.

<sup>239</sup> La *User Interface*, conocida también como *Interfaz gráfica de usuario* es el soporte tecnológico de un sistema interactivo que, a través del uso y la representación del lenguaje visual, hace posible interactuar con un sistema informático y la construcción de un diálogo entre *users*.

<sup>240</sup> LAKOFF, George-JOHNSON, Mark, *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra, 1986, pp. 41-42.

Lakoff y Johnson investigan todo tipo de metáforas, las de uso común en las discusiones, las que definen como “ontológicas” –que permiten comprender ideas, emociones, identificándolas con sustancias o entidades, “personificar” el concepto, para dar un sentido a fenómenos del mundo en términos humanos–, y en particular las que llaman “imaginativas” o “creativas” –que “*están fuera de nuestro sistema conceptual convencional*”–, las que proporcionan “*una nueva comprensión de nuestra experiencia [...] y de lo que sabemos y creemos*”<sup>241</sup>, por el hecho de que, “*tienen la capacidad de crear una nueva realidad*”<sup>242</sup>, estructurándola a partir de las emociones y de la imaginación creativa de los seres humanos, la misma que distingue la personalidad de los niños y de los ingenuos.

Los primeros años de vida de los seres humanos están enfocados en aprender a nombrar las cosas, a leer el mundo y luego en aprender a leer las palabras.

Tras una mirada al vocabulario juvenil, se puede observar que, la mayoría de las palabras usadas han pasado por un proceso de transposición semántica y/o han sido objeto de una metáfora, lo que ha significado y supone una ruptura con el universo lingüístico de una sociedad constituida, como resultado de una nueva sensibilidad, cuya prioridad coincide con la de construir un lenguaje distinto, para definir y comunicar nuevos valores.

El niño descubre que las palabras son una herramienta para transmitir significados, expresan la realidad y, de modo particular, manifiestan las emociones que las inspiraron.

Además, la capacidad de usar las palabras –en las que se apresan lo imaginario y lo real a la vez, por representar la particularidad contextual en la que se originan–, para dar un nombre a un concepto, para expresar ideas, pensamientos, sentimientos..., otorga poder de acción sobre ese mundo, porque puede influir en la manera de interpretarlo y expresarlo.

Ese ser humano en gestación ha ido aprendiendo a leer la vida. Su cuerpo adivina ese otro cuerpo que lo acoge, con su calor, sus emociones, su imparable latido (...) Luego al nacer, aprenderá a leer el rostro de su madre, la tibieza oportuna del seno materno, los brazos de su padre, el amor

---

<sup>241</sup> *Ibidem*, p. 181.

<sup>242</sup> *Ibidem*, p. 187.

incondicional de los abuelos. Así aprende a leer el mundo, luego aprenderá a leer las palabras.<sup>243</sup>

En los discursos de los jóvenes, la metáfora, por ser un proceso generador de conceptos, es utilizada como medio para expresar y facilitar la comprensión de una realidad como aquella juvenil –vivida e interpretada en términos de creatividad y libertad de expresión–, mediante el uso de palabras que puedan describirla, así como aparece en su naturaleza e identidad singular, centrándose en aquellos elementos que, precisamente por su originalidad, resultan más persuasivos y hacen que las características gramaticales de la figura retórica se transformen en características físicas, psicológicas, capaces de hacer visible incluso el más sencillo de los conceptos.

Además de la metáfora, en los textos de los jóvenes hay un uso recurrente a otras figuras retóricas, como la hipérbole, perífrasis, pero también litotes, ironía y paradoja, la sinonimia..., ya que permiten expresar lingüísticamente la propia identidad y la forma de vivir la juventud, la protesta contra la sociedad, la relación con el mundo a su alrededor, que se manifiesta, por ejemplo:

- en la tendencia a exagerar la descripción de la realidad a través de expresiones que la amplifican, por exceso o por defecto –como en el caso de la *hipérbole*–, para “autodefinirse”, llamando la atención sobre sí mismo y/o para enfatizar una idea sobre la que se quiere recalcar, para dar credibilidad al mensaje, a través de un exceso en la oración que impresiona al receptor y hace que el concepto se fije en su mente [“Estoy a tope”, “Estoy a mil” “Te envié mogollón de mensajes”, “Eres un agonías”, “Se han montado un rollo cósmico, para no ir a clase”];
- en la tendencia a perpetuar la visión de un “mundo al revés”, en el que se puede cambiar el orden lógico de las cosas y pasar de lo real a lo fantástico, en total libertad, para generar el humor y, a través de la *ironía*, poder decir, p.ej. “Estar caducado” en lugar de morir o para transmitir significados que

---

<sup>243</sup> LEAL QUEVEDO, Francisco, “La infancia, allí donde nacen las palabras”, en: [https://cuatrogatos.org/docs/articulos/articulos\\_571.pdf](https://cuatrogatos.org/docs/articulos/articulos_571.pdf) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

permiten una especie de desplazamiento que rompe los moldes convencionales de la lengua estándar e imprimir un carácter especial a la expresión del grupo de pertenencia, que reducen al absurdo, que implican contradicción o situaciones contrarias al sentido común, que se expresan por medio de la *paradoja*. [“Prohibido prohibir”, “Eres más bruto que un bocata de champagne”];

- en la tendencia a no utilizar términos específicos o situaciones que se relacionan principalmente con la sociedad, con la tradición y/o con lo que les afecta, para evitar el uso de términos que pueden ser percibidos como poco respetuosos, para matizar objetos..., sustituyéndolos por la *perífrasis*, la enumeración/descripción detallada de elementos que se relacionan con el término sustituido, mediante un rodeo de palabras, que refleja la modalidad de la que se sirven los niños cuando, “jugando a dar nombre” a las cosas y a describir la realidad, no pueden, no conocen o no quieren utilizar el término propio, además de la tendencia de los jóvenes a preferir la alusión a la verbalidad, la evocación indirecta o genérica de las experiencias compartidas; la idea de que no es relevante dar nombres a las cosas y traducir las experiencias en palabras y discursos, porque es mucho mejor tenerlas, recordarlas, compartirlas, contarlas analíticamente o traducirlas en discursos.
- en la tendencia a describir las cosas, los eventos..., negando o atenuando lo contrario de lo que se quiere afirmar –usando *litotes*– y que, en cierto sentido, refleja aquel optimismo que hace ver el vaso medio lleno y no medio vacío. [“Al final, la charla no estuvo nada mal”, o sea, estuvo muy bien; “Lo que haces, no tiene mucho sentido”, para no decir que es una tontería; “Tu perro... no es muy guapo”, es feo].

Enriquecen el marco de las estrategias lingüísticas utilizadas por los jóvenes en la formulación y estructuración de textos, las creaciones lexicales y el lenguaje típico de la jerga juvenil, el uso de onomatopeyas, interjecciones, la repetición de palabras, la construcción anafórica..., una manera de servirse del *logos*, que



recuerda el comportamiento lingüístico en las actividades lúdicas y las situaciones de juego de niños –donde se reproducen los sonidos de los objetos, la voz de los animales, para acentuar la comprensión de los efectos y sostener la potencialidad expresiva que cada término puede transmitir en las distintas situaciones comunicativas.

Como he dicho, dejando a otras investigaciones el análisis de los defectos a nivel sintáctico, ortográfico e incluso notacional del lenguaje estándar, que genera el uso del lenguaje de la red, cuando se aplica a un contexto que no sea aquello virtual, nuestra atención está orientada a la capacidad de persuasión que puede conseguir un discurso pensado y construido sobre los rasgos de la ingenuidad, incluso si la forma y el estilo con el que se expresa, se alejan de los cánones tradicionales.

Además de la forma en que utilizan el lenguaje, incluso en el estilo del discurso encontramos aspectos relacionados con la *ingenuitas*, que manifiesta una forma de ser y de interpretar la realidad, y que describen la manera de expresarse de cada ser humano, un documento de identidad y pertenencia, con reglas y principios que les permiten reconocerse entre sí, y les proporcionan una herramienta, para transmitir sus pensamientos, mensajes, textos..., en una forma que les gusta y cumple con sus necesidades comunicativas.

A través del estilo, se dejan huellas, se puede impresionar y se cautiva a los demás, lo que hace que, una vez reconocido y reconducido a una persona específica, pueda incluso ser admirada.

Hablar sobre el carácter de los seres humanos, sin embargo, coincide con la descripción del hombre y el hombre es su estilo.

El *ethos* es la presentación de uno mismo –y la presentación es además un “producto”, cuyos elementos pertenecen a todos los niveles del sistema lingüístico –la voz, la elección de las palabras, la sintaxis, el humor...– manifiestan las características individuales que el sujeto elige, para manifestarse–, es también la imagen de uno mismo, en la forma en la que el destinatario la recibe, aunque con los riesgos y peligros de la interpretación.

Es el molde sobre el que, el orador/escritor/usuario plasma su mensaje, según rasgos propios y particulares que hacen visible “el rostro” de un alma: ese conjunto de elementos que apoyan el proceso de identificación con el *ethos* del autor, lo que implica reconocerle la credibilidad necesaria que justifique la decisión del receptor

de dejarse llevar por la sostenibilidad de la causa.

La Retórica, a lo largo de su historia, ha individuado tres formas para expresar el estilo, y la atención sobre los estilos del discurso ha sido uno de los aspectos más investigado por la antigua *techné*, como para llegar a ser casi una obsesión, lo que produjo un enfoque centrado únicamente en la *elocutio* y que hizo coincidir la Retórica con un “elenco estéril” de preceptos a seguir, para conferir a los diferentes *genera* del discurso —a través de la *puritas* de la lengua, de la *perspicuitas* y del *ornatus*—, un estilo que, según los argumentos tratados, el contexto y el receptor, se expresara, mediante una de las tres formas elocutivas reconocidas por la tradición: humilde, mediocre y grave. Para sostener la hipótesis de esta investigación acerca del poder persuasivo de la ingenuidad, de la ἀφέλεια, que se manifiesta a través de un “estilo ingenuo”, entre los estudios revisados que abordaron la formulación teórica del estilo y de las formas en las que se puede expresar, me ha resultado muy útil, por dos razones, el “encuentro” con el *Περὶ ἰδεῶν*<sup>244</sup> de Hermógenes de Tarso<sup>245</sup>, un tratado “*Sobre las formas del estilo*”, escrito cuando todavía no llegaba a los veinte años.

La primera razón de ese interés fue el hecho de que, gracias a la ingenuidad que inspiró su formación y que caracterizó su manera de relacionarse con la audiencia,

---

<sup>244</sup> *Sobre las formas del estilo*, el *Perí ideôn*, es uno de los cinco tratados que forman parte del *corpus* de las obras de Hermógenes, que se compone de: Los ejercicios preparatorios, *Progymnasmata*, Sobre los estados de la causa, *Perí stáseon*, Sobre la invención, *Perí heuréseos* y Sobre el tratamiento de la habilidad, *Perí methódou deinóteos*. Los críticos dan por sentado que, no todos los tratados parecen haber estado escritos por el Tarso, a excepción del segundo y del *Perí ideôn*, cuya paternidad es bastante segura. Sin embargo, lo curioso es que, si bien “la imagen de un Hermógenes tocado por la locura atraía sin duda en un siglo que recuperaba progresivamente la atracción por el furor platónico”. [FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, M<sup>a</sup>. Amelia, *Una idea de maravillosísima hermosura. Poética y Retórica ante la Lírica en el siglo XVI*, Madrid, UAM ediciones, 2003, p. 117], y que le reconocieron habilidades particularmente eficaces para llevar a cabo con el objetivo de la antigua *techné*, sus obras más destacadas tardaron mucho en ser apreciadas, a pesar de las intuiciones que aportaban, sobre todo, al estudio de las *ideai* que generan el estilo del discurso. Será en los siglos XV y XVI, tras su introducción en Occidente por Georgius Trapezuntius (*Rethoricorum Libri Quinque*, 1433-1435), que el *Perí Ideôn*, volverá a ser un texto de referencia en la poética renacentista y a ocupar una posición importante, entre los tratados más utilizados para la investigación y la enseñanza de la estilística.

<sup>245</sup> Hermógenes de Tarso (160 a.C.-225 d.C.), fue un maestro de retórica, conocido por su extraordinaria capacidad oratoria, a pesar de su joven edad. Escribe Filóstrato: “Hermógenes, a quien dio vida la ciudad de Tarso, a la edad de quince años llegó tan alto en su fama de sofista, que hasta suscitó en el emperador Marco deseos de escucharlo. Y, en efecto, Marco hizo el viaje para oírlo, se deleitó con su elocuencia, se asombró de su habilidad en la improvisación y le entregó obsequios magníficos. Pero, cuando llegó a adulto, perdió sus aptitudes sin que fuera causa una enfermedad visible, con lo que dio tema para sus chistes a los maledicentes, pues decían que sus palabras eran realmente aladas, según el dicho homérico, ya que Hermógenes las había perdido como las alas pierden las plumas en la muda. [...] El tipo de elocuencia que cultivaba podrá apreciarse en seguida, pues dijo, cuando pronunció el discurso delante de Marcos: «He aquí ante tu presencia, emperador, un orador que aún necesita del pedagogo, un orador a la espera de la edad para serlo»”. [FILÓSTRATO, *Vidas de los sofistas*, trad. cast. Giner Soria M<sup>a</sup>. Concepción, Madrid, Gredos, 1982 II, 7, p. 190].

para asegurarse de que confiase en sus palabras, a pesar de su joven edad, logró visualizar y estructurar en su mente un conjunto de elementos útiles, para

discriminar lo que era correcto o no del estilo de un autor, en la lectura del nuevo siglo además y a la vez lo que placía o lo que disgustaba [...] y ofrecía las pautas para la propia creación literaria...<sup>246</sup>.

En segundo lugar, lo que me llamó la atención, fue que “adoptó” algunas de las características típicas de la personalidad ingenua –las que también están involucradas en la construcción de la identidad, que expresan y que proporcionan credibilidad, autenticidad, a su manifestación externa: el carácter –, para usarlas luego como herramienta para lograr diferentes formas de estilo y hacer que el discurso sea más persuasivo.

La teoría estilística de Hermógenes, una *techné*, una serie de indicaciones para aprender la forma de expresar los pensamientos, podría interpretarse, en cierto sentido, como un desafío a la cultura académica dominante, una ruptura con la tradición que permitió a un joven quinceañero elaborar una descripción original de los elementos involucrados en la producción de textos, que valorizan rasgos de la personalidad del ingenuo, de hombre puro y sin malicia, como la simplicidad, la ἀφέλεια, la verdad, la ἀλήθεια, el ingenio, la sutileza, la modestia, reconociéndolas además como una fuente inspiradora de estilo.

Hermógenes construye su teoría, considerando los tres elementos que componen el discurso, o sea: las nociones, la manera de tratarlas y la dicción.

La exposición que Hermógenes realiza de cada una de las ideas sigue además una pauta fija, descompuesta según varios elementos agrupables desde las tres partes fundamentales del *ars retórico* para la creación de un texto. Así Hermógenes considera para cada una lo que conviene en materia de *inventio* (εὐνοία), de *dispositio* (méthodos) y de *elocutio* (léxis)<sup>247</sup>.

Comienza primero con el análisis de las *Ideai*, de los pensamientos, que confluyen en lo que una persona dice, que es lo más importante, por ser el reflejo de la

---

<sup>246</sup> FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, M<sup>a</sup>. Amelia, *op. cit.*, 2003, pp. 91-92.

<sup>247</sup> *Ibidem*, p. 69.

personalidad del hombre.

Luego, la atención cae sobre el método o del tratamiento que se le da al discurso al ser expresado y, finalmente la dicción y los recursos materiales y formales de la lengua, de manera que, según el joven de Tarso, el estilo se configura a través de las distintas maneras en que se pueden usar estos tres elementos y sus distintos componentes.

Aunque es posible que algunos componentes sirvan a la vez distintos propósitos –y de hecho se da el caso que algunas partes de un tipo sirven de igual manera a otro tipo distinto–, y aunque es posible que un mismo componente esté presente en varios tipos a la vez –y de hecho este es el caso más frecuente–, ello no impide que se puedan diferenciar e individualizar los tipos de estilo<sup>248</sup>.

La propuesta de Hermógenes, donde el concepto de *Idea* representa el producto de la combinación técnica de los elementos del discurso y sus componentes en el proceso de composición, desarrolla siete géneros de estilo, que llegan hasta veinte, añadiendo los subgéneros y que son: *Claridad, Grandeza, Belleza, Viveza, Carácter, Sinceridad, Habilidad*, que amplían la tripartición clásica de estilo *Grave, mediocre y humilde*.

Como escribe la profesora Amelia Fernández:

el Περὶ ἰδεῶν se convierte en un caleidoscopio que filtra la tradición anterior, tanto helenista como latina, hasta llegar a una configuración nueva y posiblemente más atrayente, aunque también (y siempre) laberíntica<sup>249</sup>.

De las siete categorías estilísticas de Hermógenes, las que me han parecido útiles y apropiadas, para justificar mi idea de una Retórica de la ingenuidad, son la de la *Claridad*, la de la *Belleza*, la del *Carácter* y la de la *Sinceridad*, donde he encontrado, entre las cualidades que la expresan y la construyen, aquellos rasgos

---

<sup>248</sup> ARRIBAS REBOLLO, Julián, *Sobre el tipo de estilo dulzura: Hermógenes en Antonio Lulio*, Charlotte NC: Johnson C. Smith University, 2007, p. 26. Online en: [http://fenix.cichcu.unam.mx/libroe\\_2006/0794590/06\\_c02.pdf](http://fenix.cichcu.unam.mx/libroe_2006/0794590/06_c02.pdf); [Último acceso: 29 de abril de 2018]

<sup>249</sup> FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, M<sup>a</sup>. Amelia, *op. cit.*, 2003, p. 154.

típicos de la personalidad de los jóvenes y de la *ingenuitas* originaria del hombre, que manifiestan una capacidad de interpretar las cosas libremente, de forma objetiva y transmitir las en un discurso sincero, capaz de lograr la confianza de la audiencia, jugando con las emociones.

La *Claridad* de estilo se consigue mediante objetividad, con la cual se expresan pensamientos puros *a priori* –que no toman en cuenta las razones de su uso–, y aquellos que son comunes a todos los hombres, a través de un lenguaje simple, que no exige un rigor excesivo y que, aunque humildemente, empatiza con el destinatario, que así logra interceptar la espontaneidad y la pureza que los generó. La *Belleza* en un discurso coincide con “*la armonía y buena proporción de todos los componentes de todas las formas estilísticas en él existentes*”<sup>250</sup> y un discurso bello y expresado con elegancia ayuda a conferir y transmitir solemnidad a lo que transmite y hace evidente la pureza de los pensamientos que lo han inspirado, que son ingenuos y por lo tanto sinceros.

El *Carácter*, que el Tarso identifica como forma de estilo mediocre, cuya función principal es la de *delectare*, es el producto de la combinación de *Simplicidad*<sup>251</sup> –que, a través de la franqueza de los pensamientos simples y puros, permite la interacción entre emisor y destinatario– y *Dulzura* –que mediante el lenguaje estimula los sentidos y la imaginación y consigue captar la complacencia del público–, pero también de *Ingenio* –que se manifiesta en la forma de tratar los hechos y los pensamientos, de manera que, su presentación resulte simple y placentera– y finalmente de *Equidad* –que es la prueba, la “atestación” de originalidad y/o de la autenticidad del *ethos* del emisor, la que convence al receptor del mensaje.

Y, por último, la *Sinceridad*, un estilo “*como salido del alma*”<sup>252</sup>, que expresa pensamientos simples y puros, mediante el uso de un lenguaje capaz de transmitir la espontaneidad que los caracteriza y los sentimientos que los provocan; un estilo “*sincero, espontáneo, intimista y dotado de vida y que consiste en hablar como movido por las circunstancias y sin premeditación*”<sup>253</sup> y que sabe “*conducir el*

---

<sup>250</sup> HERMÓGENES, *Sobre las formas del estilo*, intr., trad. y notas de Ruíz Montero, Consuelo, Madrid, Gredos, 1983, I 296-297, p. 190.

<sup>251</sup> El término simplicidad, con el que se ha traducido el de ἀφέλεια, podría sustituirse también por el de *ingenuitas*, de ingenuidad.

<sup>252</sup> HERMÓGENES, *op. cit.*, 1983, II 352-353, p. 253.

<sup>253</sup> SANCHE ROYO, Antonio, “La teoría de los estilos de Hermógenes y el discurso sobre la corona de Demóstenes”, *Habis, Revista Científica de Filología*, Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla, 2002,

*discurso según la emoción que requieran las circunstancias*<sup>254</sup>” y que es persuasivo, incluso cuando expresa pensamientos generados por la ira, el dolor, la compasión u otras experiencias relacionadas con el *pathos*.

A través de la lectura del *Περὶ ἰδεῶν* de Hermógenes, me he animado a considerar de forma diferente el estilo, o mejor dicho, los estilos que los jóvenes utilizan para expresar sus ideas, pensamientos y sentimientos.

Enfocando la atención en algunos subgéneros de las *Ideai* del “*viejo entre los niños y el niño entre los viejos*”<sup>255</sup> –que además de ser características típicas de una personalidad ingenua, son reconocidas como formas para conseguir un determinado tipo de estilo–, según mi opinión, he encontrado lo que podría definir como una “justificación” teórica más, para sostener la hipótesis de una Retórica de la ingenuidad y para distanciarme de la convicción común, la que prefiere considerar el estilo juvenil sólo como la externalización de todos aquellos aspectos que se atribuyen a los jóvenes: la vulgaridad, la falta de respeto por las normas – en este caso lingüísticas/comunicativas–, la vacuidad y la superficialidad que le proporciona su condición juvenil..., y no tiene en consideración el hecho de que, tal vez sean precisamente esas características –canalizadas en la dirección correcta, redimensionadas y utilizadas como herramienta retórica, como cualidades que expresan pensamientos sencillos y que resultan funcionales para conseguir la persuasión–, lo que necesitamos para aportar algo de autenticidad en las relaciones de comunicación y en el contenido de nuestras conversaciones.

Según la perspectiva de la Retórica de la ingenuidad, el estilo que distingue los textos de los jóvenes, que define su *ethos*, su carácter público que refleja la espontaneidad, la creatividad y la libertad de expresión que les proporciona su visión ingenua de la realidad, podríamos definirlo como:

*directo y objetivo*: procura dar al texto una expresión exacta de las cosas, distinguiendo entre lo que dice/hace el autor y lo que dicen/hacen otros, casi para subrayar tanto “la extrañeza frente a los hechos”, su inocencia, como su manera de ser protagonista de un evento, de una situación... Una manera de describir las cosas como si se produjeran ante nuestra vista, aprovechando de la ocasión más

---

núm. 33, pp. 273-299. Online en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/30350> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>254</sup> Hermógenes, *Ibidem*, II 356-357, p. 257.

<sup>255</sup> FILÓSTRATO, *op. cit.*, II 7, 1982, p. 190.

adecuada, para que el impacto sobre el receptor sea aún más incisivo.

Los niños pueden estar llenos de sueños inspiradores y pensamientos esperanzadores, como mi deseo de que nadie pase hambre o que todo fuera gratis, como una utopía. ¿Cuántos de ustedes aún tienen esos sueños y creen en las posibilidades?<sup>256</sup>.

Un Talibán me disparó un tiro en el lado izquierdo de mi frente. Ellos también dispararon a mis amigos. Ellos pensaron que las balas nos harían callar. Pero ellos fallaron. Y después de aquel silencio vinieron miles de voces<sup>257</sup>.

El Día de Malala no es mi día. Hoy es el día de cada mujer, cada niño y cada niña que han levantado su voz por sus derechos [...] Así que aquí estoy, una niña de entre muchos. Hablo, no por mí, sino por todos los niños y niñas<sup>258</sup>.

Hermógenes habría hablado de *pureza*, que pertenece a la categoría de la *Claridad*, una cualidad que, a través del lenguaje y un estilo humilde, expresa “*el hecho desnudo*”<sup>259</sup> y “*pensamientos puros, comunes a todos los hombres..., claros por sí mismos y que no ocultan nada ni son muy meditados...*”<sup>260</sup>, pero también de *simplicidad*, propia de la categoría del *Carácter*, por el hecho de que:

no separamos en ningún lugar, como diferentes, los pensamientos puros de los simples, ni tampoco los simples de los puros [...], “*propios de niños infantes y de varones que se aproximan a niños por su mente, e igualmente de hombres y mujeres simples, sin malicia...*”<sup>261</sup>.

En efecto, lo que distingue a los ingenuos de los demás es la capacidad de resultar

---

<sup>256</sup> SVITAK, Adora, *Anexos*, p. 332.

<sup>257</sup> YOUSAFZAI, Malala, *Anexos*, p. 337-338.

<sup>258</sup> *Ibidem*, 337.

<sup>259</sup> HERMÓGENES, *op. cit.*, I 227-228, 1993, p.109.

<sup>260</sup> *Ibidem*, p. 108.

<sup>261</sup> *Ibidem*, II 323-324, p. 221.

creíble, a través de la simplicidad objetiva con la que describen cosas, situaciones, pensamientos “*superficialmente profundos*”<sup>262</sup>, usando un estilo que se distingue por la espontaneidad, lo que permite alcanzar *sinceridad* –atestiguada tanto por la argumentación, como por la emoción del hablante–, que le proporciona al discurso “carácter” y fuerza, llegando a ser persuasivo, para no parecer artificioso, sino natural y para hacer que quien lo recibe se convenza de que lo que se dice es verdad.

La ingenuidad tiene la capacidad de convertirse en un vehículo de persuasión, porque reúne en el discurso todos aquellos elementos y aspectos que se refieren a la *ingenuitas* primitiva de los seres humanos que, desde la *inventio*, a través de la *dispositio* y de la *elocutio*, expresa la naturaleza simple de sus pensamientos e ideas, que están organizados y tratados de tal manera que cumplan con su objetivo, eso es hacer una brecha en el corazón del público, que reconoce así al ingenuo la confianza necesaria para *docere, movere y delectare*.

El estilo es, sobre todo:

*informal*, en la mayoría de los contextos en los que mantienen relaciones de comunicación, a través de un lenguaje corriente, directo, llano..., no usa ninguna jerarquía entre la información que presenta, dejando a su interlocutor con la tarea de crear una. Todos ocupan la misma posición y se relacionan a través de un lenguaje entre pares, no convencional, cargado de emoción y que a menudo puede parecer violento, vulgar y/o grosero, con muchos comentarios personales y suspensión del discurso, que recurre a figuras como la demostración peyorativa, la *dubitatio*, la *hesitatio*, la *correctio* y a menudo la *interrogatio*.

Hermógenes nos recuerda también que “*hay palabras que son, por así decir, peculiares de la Simplicidad –como llamar hermano, sonrisa mezclada con llanto...–*”<sup>263</sup> y a través de esas palabras se suele “*crear Dulzura, que constituye cierta Belleza de la Simplicidad*”<sup>264</sup>.

Quisiera empezar con una pregunta: ¿Cuándo fue la última vez que fueron llamados “infantiles”? [...] Al fin y al cabo, veamos estos sucesos: Imperialismo y colonización, guerras mundiales, George W. Bush.

---

<sup>262</sup> *Ibidem*, II 339-340, p. 238.

<sup>263</sup> *Ibidem*, II 328-329, 1993, p. 226.

<sup>264</sup> *Ibidem*, p. 227.



Pregúntense: ¿Quiénes son los responsables?<sup>265</sup>

Los niños ya aprenden mucho de los adultos y tenemos mucho para compartir. Creo que los adultos deberían empezar a aprender de los niños. La mayoría de mis discursos son frente a un público del ámbito educativo, profesores y estudiantes, y me gusta esta analogía. No debería ser sólo un profesor al frente de la clase diciéndole a los estudiantes que hagan esto o aquello. Los estudiantes deberían enseñarles a sus profesores<sup>266</sup>.

Queridos hermanos y hermanas recuerden una cosa... El día de Malala no es mi día.... Queridos amigos, el 9 de octubre de 2012, un Talibán me disparó un tiro... Queridos hermanos y hermanas, no estoy contra nadie<sup>267</sup>.

Y finalmente, podríamos definir el estilo juvenil como:

*poético*, donde predominan figuras estilísticas y palabras con valor connotativo y que despiertan el *pathos*, que provoca emociones y sentimientos agradables o desagradables...

Es poético, porque despierta, a través del discurso, esos sentimientos que hacen que la gente mire hacia atrás, a ese mundo tan añorado, donde había plena libertad de expresión y de pensamientos y porque es capaz de dibujar con palabras, en la mente del receptor, la situación de la que está hablando, que la hace lucir bella, por las emociones y el placer que provocan, y evidente por la objetividad con la que presenta los hechos.

Decía Hermógenes que todo lo que “*resulta agradable a nuestros sentidos produce placer*”<sup>268</sup>, porque transmite la autenticidad de los pensamientos que los ha inspirado y por esta razón se puede expresar con sencillez y, al ser escuchado o leído, produce una sensación de dulzura, que es lo que hace bello el discurso.

El estilo ingenuo – que no pertenece ni pretende pertenecer a la *Belleza* propia del estilo más elevado–, se produce por medio de la sinceridad y puede ayudar en el proceso que conduce a la persuasión del público, porque un estilo sincero, como

---

<sup>265</sup> SVITAK, Adora, *Anexos*, p. 331.

<sup>266</sup> *Ibidem*, p. 333.

<sup>267</sup> YOUSAFZAI, Malala, *Anexos*, p. 337-338.

<sup>268</sup> HERMÓGENES, *Ibidem*, II 331-332, p. 229.

queda mencionado en varios pasajes del *Περὶ ἰδεῶν*, “es sinónimo de persuasivo”<sup>269</sup>.

Durante mi vida, he soñado con ver las grandes manadas de animales salvajes y las junglas y bosques tropicales repletos de pájaros y mariposas, pero ahora me pregunto si todavía existirán para que mis hijos los vean también<sup>270</sup>.

Continuaremos nuestro camino a nuestro destino de paz y educación para todos. Nadie nos puede parar. Hablaremos de nuestros derechos y traeremos el cambio a través de nuestra voz. Debemos creer en el poder y la fuerza de nuestras palabras. Nuestras palabras pueden cambiar el mundo. [...] Un niño, un maestro, un bolígrafo y un libro pueden cambiar el mundo<sup>271</sup>.

En conclusión, la ingenuidad, por ser un rasgo de la personalidad humana, define el carácter de esta personalidad, pero también caracteriza un estilo, la forma de exteriorizar la intimidad que va manifestándose en el lenguaje, en la argumentación y en todas aquellas situaciones relacionadas con la comunicación. Lo que se ha intentado demostrar, a lo largo de estos capítulos, es la posibilidad de utilizar los aspectos que caracterizan la personalidad ingenua como instrumentos para elaborar textos persuasivos y lo más auténticos posible, donde la persuasión se consigue a través de un proceso que, desde la *intellectio*, la visión previa del “hecho retórico”, la *dispositio* y la *elocutio*, busca en la *ingenuitas* aquellos elementos que pueden expresar la sinceridad, la dulzura, la autenticidad –que definen el perfil de una persona que tiene pensamientos libres–, y que, a través del lenguaje y de un estilo sincero, logran el apoyo del público, que llega a confiar en las palabras.

---

<sup>269</sup> RUIZ MONTERO, Consuelo, “Introducción” en: Hermógenes, *op. cit.*, 1993, p. 55.

<sup>270</sup> SUZUKI, Severn, *Anexos*, pp. 327-328.

<sup>271</sup> YOUSAFZAI, Malala, *Anexos*, p. 34-342.

## 4.4 La actuación mediática y la ingenuidad en los medios

Como nos han enseñado los antiguos helenos, el éxito y/o el fracaso de un discurso depende también de los efectos que puede despertar en la audiencia y de las reacciones emotivas que surgen, en grado de determinar el nivel de adhesión y de persuasión conseguido con ella.

Antiguamente, cuando la oralidad dominaba en el ágora griega y el discurso estaba construido sobre argumentos que tenían que “conseguir efectos” en el momento en el que se pronunciaban, era más fácil averiguar el impacto en el público presente.

Hoy en día, el ágora se ha trasladado a la pantalla de un ordenador, un entorno libre, donde ya no hay “derechos de admisión”, debidos a diferencias de sexo, de religión u opinión política.

La tecnología ha cancelado los límites espaciotemporales, modificado estrategias, finalidades y formas de la relación y del contexto comunicativo, ampliado exponencialmente sus herramientas y transformado la “aldea global” de McLuhan en algo más parecido a un enorme contenedor de seres humanos, que ya no se distinguen por su individualidad, unicidad y originalidad, sino por su presencia en la comunidad digital.

La influencia de los medios de comunicación masiva ha alcanzado un nivel tan alto como para superar incluso la influencia de los padres en el desarrollo de la personalidad de los hijos, cómplice el sistema educativo, que todavía permanece anclado en un ambiente que contrasta significativamente con el nuevo contexto tecnológico, que se implica e involucra en la vida de los demás y que requiere compromiso y participación.

El diálogo se desarrolla a escala global, así que lo importante es estar allí, virtualmente presente en una realidad que ha llegado a digitalizar cualquier cosa, incluso las emociones y los sentimientos.

El nuevo entorno comunicativo se ha transformado en un “macro-contexto”, abierto a nuevos usuarios —cada uno de los cuales puede traer su mundo y todo lo relacionado con su experiencia— que comparten, con los demás, ideas, pensamientos, opiniones y mucho más.

En la comunidad virtual, todos pueden desarrollar diferentes tareas a la vez: son emisores/receptores, escritores/lectores y contemporáneamente forman parte de una gran audiencia que opina, comparte, acepta o niega: cada uno tiene su espacio, su tiempo y su forma de interactuar con sus vecinos virtuales.

La individualidad real se ha convertido más en una identidad discursiva, que se manifiesta a través de las ilimitadas situaciones comunicativas que se desarrollan en la aldea digital y van almacenándose en los archivos y en los *failes* de la aldea global, dando lugar a la que se define como la *inteligencia colectiva*<sup>272</sup>.

Y por esto, a través de esta inteligencia se construye el conocimiento y se transmiten las informaciones y las exigencias de la masa.

Al crecer la dimensión numérica de la audiencia, se ha hecho necesario adaptar herramientas y estrategias procedurales a la hora de *inter-actuar* con los demás, prestando atención a los aspectos que caracterizan esta nueva forma de empatizar con el público.

La velocidad con la que los mensajes y la información se entrelazan ha traído cortes y simplificaciones a la estructura tradicional de la oración y, como he dicho en capítulos anteriores, en el lenguaje y desde aquí, la necesidad de encontrar una forma de transmisión del discurso, capaz de obtener la misma relación empática, que antes se lograba en el acto, durante la pronunciación y en presencia de un público real.

La *actio* del emisor se centra en la construcción de un perfil que pueda impactar desde el principio; es decir, a través de una continua actualización de los contenidos, una mayor atención para la fuente tipográfica, los iconos, como los distintos tipos de texto utilizados en las plataformas digitales, el emisor actúa con su audiencia y se sirve de esos elementos lingüísticos/icónicos como si fueran el discurso.

---

<sup>272</sup> Uno de los máximos representantes de las teorías sobre la inteligencia colectiva es Pierre Lévy, que la define como “una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en un tiempo real que conduce a una movilización efectiva de las competencias [...] no debe ser confundida con proyectos “totalitarios” de subordinación de los individuos a comunidades trascendentes y fetichizadas”. [LÉVY, Pierre, *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*, trad. cast. Martínez Álvarez Felino, Washington DC, 2004, pp. 20-21]. Online en: <https://ciudadanosconstituyentes.files.wordpress.com/2016/05/lc3a9vy-pierre-inteligencia-colectiva-por-una-antropolog3ada-del-ciberespacio-2004.pdf> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

El objetivo es llegar a influir en la *legibilidad* del perfil del usuario, como en la *percepción/reacción* del receptor al visitarlo, por el hecho de que –come evidencia Gloria Gómez Diago en su artículo: “Aplicación de las estrategias retórica (*partis orationis*) para el estudio de la comunicación web”–,

La comunicación en la web no tiene límites espaciotemporales, sino que es un movimiento potencialmente infinito de continuo ajuste de contenidos del sitio, por parte del autor del mismo y por estas razones en la *actio* están incluidas todas las demás operaciones retóricas<sup>273</sup>.

La *actio*, como momento conclusivo de todo el proceso de construcción del mensaje y luego como resultado de las operaciones previas de *inventio*, *dispositio* y *elocutio*, en la web ya no está vinculada a los “límites” de la oralidad –que la limitaba al momento de la actuación del orador– y por lo tanto se manifiesta también en la personalización del contexto, para que, en cierto sentido, llegue a transmitir aspectos de la personalidad del usuario.

Todo este proceso, que conduce a la relación entre orador y audiencia, se realiza en tiempos muy breves y la respuesta es inmediata: la rapidez es el rasgo más explicativo de las relaciones virtuales y juega un papel decisivo a la hora de elegir el momento más adecuado para la publicación de un contenido, las modalidades para presentarlo, para que llegue a la comunidad, que emitirá su juicio.

Se buscan formas y estrategias para no perder la posición lograda en la red y seguir manteniendo fáticamente el contacto con un número siempre mayor de receptores; por esta razón, no se esconde casi nada de la propia individualidad, se pone todo en tela de juicio, se modifican imágenes y fotografías, se aportan links audiovisuales, se intenta capturar al otro, a través de vías distintas de las aplicadas en la comunicación tradicional.

Antes, a través de la antigua *techné* se sofisticaban las palabras, para que llegaran al corazón del oyente y lo persuadieran de la sostenibilidad de la causa propuesta; hoy en día, esta oportunidad se ha utilizado también para modificar imágenes o algo más, con la diferencia de que, lo que era privilegio de pocos eruditos y profesionales de la Retórica ahora está en las manos de todos y les otorga el poder

---

<sup>273</sup> DIAGO GÓMEZ, Gloria, “Aplicación de las estrategias retórica (*partis orationis*) para el estudio de la comunicación web”, *Fisec Estrategias*, 2006, núm. 3.

de cambiar cada aspecto que no está en sintonía con el momento, ni con el contexto en el que se desarrolla la relación discursiva.

Desde la *actio* – con la complicidad de Internet, donde “*resulta más sencillo hacer que algo sea público y más difícil que algo continúe siendo privado*”<sup>274</sup>–, van surgiendo las tendencias comunicativas, así como las sociales, culturales e incluso las éticas, que regulan y dirigen el tráfico y el atasco de informaciones que se producen en cada instante.

Si la desintermediación, por un lado, ha traído una mayor libertad y flexibilidad en los procesos comunicativos y en las formas de transmitir la información, así como el conocimiento y el pensamiento ético/cultural, prescindiendo de la mediación por parte de algo y/o alguien, por otro lado, ha creado la ilusión de una libertad incondicionada, de las que se están aprovechando todos, a veces, incluso sin saber manejar adecuadamente los medios digitales.

La simplicidad con la que se crean relaciones y la posibilidad de compartir con la comunidad *online* cualquier aspecto de la propia individualidad, conlleva también el riesgo de sobreactuar y transmitir una imagen alterada, deformada o incluso falsa de sí mismo.

La preocupación principal no está centrada en la autenticidad y en la necesidad de recrear modalidades relacionales más verdaderas y que puedan tener un seguimiento, también en la realidad “real”, sino en la situación contingente y en el aprovechamiento de aquel momento específico, que representa la aplicación práctica del concepto de *kairós*, porque lo importante no se encuentra en lo que está programado y/o decidido *a priori*, sino más bien en la elaboración del proyecto, en la programación y en la realización de lo que pide la audiencia en ese preciso momento.

El usuario proyecta y construye lo que irá compartiendo con otros usuarios – cuidando hasta el más pequeño particular que piensa pueda servir–, para poner en marcha este proceso de asentamiento psicológico necesario para el mantenimiento del diálogo y de la relación comunicativa.

En un entorno tan heterogéneo, abierto, desintermediado y “situacional”, la Retórica de la ingenuidad podría quizás jugar un papel importante, a la hora de definir criterios y modalidades para orientar en la definición del perfil y del

---

<sup>274</sup> GARTON ASH, Timothy, *op. cit.*, 2017, p. 387.

carácter del emisor, desde una perspectiva orientada a la objetividad y a un uso desinteresado de la *ingenuitas* originaria del hombre, aceptando el riesgo de perder en cantidad, pero de ganar en cualidad y autenticidad en las relaciones.

Decidir no seguir la corriente, no actuar como la mayoría, no insultar, ni gritar para que gane el más fuerte, no aprovecharse del más débil o del ingenuo implica un cambio de enfoque, un acercarse al emisor no sólo para encontrar aquella vulnerabilidad, la inocencia caracterial, que le proporciona su personalidad ingenua y explotarla, para conseguir beneficios económicos.

La autenticidad exige coherencia y la capacidad de mantenerse asomado a la ventana y mirar el paso de los demás, sin necesidad de unirse a ellos, no es sinónimo de cobardía.

Por el contrario, demuestra un conocimiento detallado de sí mismo y del propio proyecto de vida, que no tiene previsto ningún tipo de compromiso ni de renuncia y que permanece coherente con sus ideas y con su interpretación de la realidad, aceptando además el riesgo de ser considerado un perdedor, un crédulo, una persona que no tiene contacto con la realidad.

Como se ha dicho anteriormente, la ambigüedad que la semántica proporciona al término ingenuidad, que ha hecho que fuese a menudo “confundido” con el de inocencia, ha legitimado, en cierto sentido, a todos los que –una vez comprendido el potencial persuasivo de la ingenuidad y el poder de influir en los sentimientos, como en los pensamientos y en el comportamiento de los hombres–, se han aprovechado de esa capacidad, para lograr beneficios que van más allá de la honestidad.

La situación actual, que se distingue en particular por la falta de un proyecto de desarrollo a largo plazo, donde las relaciones comunicativas y sociales empiezan y se destruyen con la misma velocidad con la que nacen, mueren o reaparecen los perfiles y los usuarios y que se caracteriza por ser un contexto inestable, hasta líquido y a punto de deshacerse por completo, según el pensamiento de Bauman (2016), exige casi a gritos un cambio de rumbo hacia una actitud que intente expresar la imagen de un individuo que sea por lo menos cercana a la verdadera.

Detrás de los millones de perfiles que pueblan las redes sociales se esconde la misma cantidad de historias, vidas, experiencias que pueden ser auténticas o no, pero este aspecto de la comunicación virtual no se puede entender por completo, por el hecho de que no hay un control previo a lo que se transmite, pública u opina,

por estar el entorno desintermediado y libre de restricciones y/o criterios que pueden ser contrarios a la libertad de expresión. El único vínculo es de naturaleza ética y cada persona decide en plena libertad y consciencia lo que quiere transmitir a los demás, de su personalidad y de su *yo* individual.

Como ya ha sucedido en el pasado, cada vez que el hombre se enfrenta a las consecuencias de cambios importantes, transformaciones radicales, que implican también un *reset* de las costumbres socioculturales, formas de pensar y de transmitir este pensamiento, siente la exigencia de recuperar de nuevo esa dimensión de la vida –que coincide con la infancia–, donde todo era más fácil y era posible ser uno mismo, sin la preocupación de tener que hacer algo para ser aceptado por los demás. En aquel entorno, gracias a la inocencia antes y la ingenuidad después, lo importante es la objetividad y el placer del descubrimiento, es encontrar soluciones lógicas a un problema, según las leyes del corazón y no sólo de la razón.

*Ethos, logos y pathos*, durante la infancia, actúan conjuntamente para captar la *benevolentia* de su interlocutor y obtener algo y/o convencerlo de la bondad de sus ideas o pensamientos, por el hecho de que, al *infans* todavía no le interesa lo que puede ganar de su descubrimiento, pero sí que le importa la posibilidad que tiene de dar un nombre a los fenómenos y a los hechos que se presentan a lo largo de su proceso de investigación y comprensión de la realidad.

Los medios están repletos de ingenuidad, de inocencia –e incluso ignorancia– y, por esta razón, es cada vez más necesario intervenir a nivel formativo y comenzar a reflexionar sobre cómo corregir la tendencia a considerar y utilizar estas cualidades del hombre única y exclusivamente en su significado peyorativo, pero tampoco como meras características sobre las cuales construir experiencias de las que beneficiarse.

Desafortunadamente, aunque el retorno a la sinceridad y la pureza intelectual sigue siendo un deseo –o tal vez una utopía que difícilmente encontrará una realización a corto plazo–, en la práctica se prefiere utilizar rasgos tan persuasivos como la ingenuidad y la inocencia, para “captar” los perfiles de los usuarios, cuya actitud y forma de entender y/o tratar con la vida, pueda resultar fácilmente utilizable, a la hora de pensar en el lanzamiento de un producto, de una tendencia o para transmitir ideas, fomentar causas sociales, políticas, etcétera...



Entre los artículos y las investigaciones revisadas durante la redacción de esta tesis, he encontrado varios estudios, acerca de los efectos producidos por la masificación de la información sobre la personalidad de sujetos ingenuos, la facilidad con la que son interceptadas tendencias y exigencias, con el propósito de convertirlas en beneficios principalmente económicos, pero ningún estudio sobre los beneficios que se podrían obtener a nivel comunicativo y sociocultural, a través del uso de la *ingenuitas*, como medio en grado de revelar lo que se esconde, está detrás de las relaciones comunicativas reales, como de las virtuales.

La sinceridad intelectual del ingenuo sea joven o adulto, consigue transmitir imágenes y sensaciones de autenticidad y todo esto se dirige a la compasión y a la adhesión del receptor a la causa sostenida.

A través de su forma de actuar, de comunicar, de relacionarse con los demás, de anteponer la honestidad objetiva de quien habla de las cosas, así como él las ve y las percibe, aunque utilizando estrategias relacionadas con el antiguo arte de la persuasión, trata de expresar lo verdadero, de acuerdo con la falta de segundas intenciones en su forma de ser.

Y lo hace, en lo relativo al nivel comunicativo, recurriendo a herramientas lingüísticas, capaces de desarrollar una “objetividad visible”, por medio del lenguaje, narrando los hechos de una manera tal como para verlos y como si estuvieran pasando.

Una vez que el ingenuo se apropia de la verdad objetiva, la que surge del *ti esti* – el ¿qué es? de socrática memoria–, que implica el comienzo de la descripción de los fenómenos observados, no se da por satisfecho con el sólo haberla conseguido y por esta razón, se sirve de su ingenuidad, por el hecho de que “*la ingenuidad indaga en ella los elementos y las condiciones para devolver a la realidad su seriedad perdida*”<sup>275</sup>.

El ingenuo, por su habilidad para ver las cosas con la misma mirada asombrada y la maravilla que es propia de un niño, para describirlas logra usar las palabras, de tal manera que “*el hecho parezca suceder y los ojos puedan verlo*”<sup>276</sup> y es así, que consigue el éxito por lo que dice, por cómo lo dice y para lo que lo dice.

---

<sup>275</sup> GOMÁ LANZÓN, Javier, *op. cit.*, 2011. Véase cita n. 107.

<sup>276</sup> “*Demonstratio est, cum ita verbis res exprimitur, ut geri negotium et res ante oculos esse videatur*”. *Rhetorica ad Herennium* IV, 68. Véase nota n. 229.

Además, su desempeño mediático revela aspectos de la personalidad que invitan a confiar en el emisor ingenuo, gracias a la sinceridad que transmite su *ethos*, que es el de un usuario que, gracias a la *actio*, llega casi a “antropomorfizarse”, que cree en lo que siente e intenta compartirlo con los demás, de una forma desinteresada y sin predecir una ganancia hipotética.

Como se ha dicho antes, pasando de un contexto real a uno virtual, se han facilitado muchos aspectos de la comunicación, se han eliminado intermediarios y garantizado la “libertad de expresión”, una libertad que todavía no debería coincidir con la libertad de poder decir todo, en cada lugar y a cada interlocutor con quien y/o de quien se habla.

En la *actio/pronuntiatio* del ingenuo no hay gritos, insultos o intentos de prevaricación, sino respeto, búsqueda de diálogo y oportunidad de argumentar y/o discutir, porque lo importante es construir relaciones auténticas, que sepan *re-introducir* la ilusión de compartir ideas y pensamientos, formas de interpretar las cosas, que sean el reflejo de las verdaderas necesidades de la comunidad de los hablantes.

**CAPÍTULO QUINTO: De la Retórica de la *ganancia* a la Retórica  
de la *evidentia*.**

## 5.1 El aprovechamiento abusivo de la ingenuidad

En un pasaje de *Sein und Zeit* –Ser y Tiempo–, Heidegger aborda el tema del cuidado y, a partir de su razonamiento, según mi opinión, se pueden deducir algunas consideraciones en relación con las formas que hoy en día se utilizan para considerar “los otros” –especialmente aquellos que necesitan de atención particular y que se encuentran, como es el caso de los niños y de los jóvenes, en una posición más delicada.

El hábito de cuidar a los más débiles empieza a practicarse con la intención de proteger e intentar salvar a los enfermos, pero también para “esconder” a la gente y al mundo exterior todo lo que podría haber causado dolor en su existencia.

Por lo tanto, se practicó en lugares aislados, privados y en la soledad de las habitaciones de hospital, donde las personas nacían o morían, donde alguien “desaparecía”, porque no era conveniente dar visibilidad a las diferencias físicas y/o psíquicas<sup>277</sup>.

En mi opinión, al interpretar las palabras del filósofo alemán, hay dos maneras a través de las cuales es posible dirigirse a quien necesita atención: primero, considerando al otro como “ser utilizable”, como objeto de investigación –para encontrar nuevas soluciones terapéuticas–, pero también como objeto en el que invertir, para conseguir beneficios principalmente económicos: en ambos casos, lo importante es lo que se logra y no la persona.

Segundo, considerando al otro como sujeto que debe ser consciente y participar de su propia “cura”, lo que comporta la inclusión del más débil en el desarrollo de una sociedad colaborativa y que considera la debilidad como un valor, desde el que se puede aprender algo.

La sociedad actual parece acercarse a la idea de que es más fácil “reemplazar” a los débiles y dominarlos, que “compartir” y crecer junto a ellos, como en una verdadera comunidad dialógica.

En el ágora virtual –especialmente por ser un lugar donde converge una multitud de “otros”–, por un lado, se ha hecho posible que la información llegara a cualquier rincón del planeta, se ha dado voz a todos los que no la tenían y se ha creado un

---

277 HEIDEGGER, Martín, *op. cit.*, 1976, pp. 157-158.

contexto democrático y de libertad de expresión, que se enriquece de experiencias, contenidos, pensamientos y más.

Por otro lado, se ha expuesto a la mayoría de los participantes “más débiles” al riesgo y al engaño, por parte de manipuladores sin escrúpulos y/o a los peligros de ser “captado”, como objeto para “satisfacer” los trastornos mentales de *ciberacosadores*, pedófilos..., que han encontrado en la red un abanico muy variado en el que buscar, entre todas las imágenes de niños y adolescentes – publicadas por ellos mismos, así como por sus padres, que no parecen darse cuenta del peligro al que exponen a sus hijos–, las posibles presas de adultos que, aprovechándose de la ingenuidad de los niños y de los jóvenes, pueden obtener su confianza y sacar informaciones personales, para luego abusar de ellos.

Como se describió anteriormente, la ingenuidad originaria, que es una característica de la personalidad humana –entendida como manifestación de ese vínculo con lo que significaba ser niños en ese contexto que era la infancia, en el que todos se reconocen por pasar, pero pocos recuerdan, como la única oportunidad, el único lugar donde han tenido la posibilidad de expresarse, de transmitir sus pensamientos y dar forma al mundo en total libertad y según sus propias ideas–, sostiene algunas de las funciones que hemos reconocido a la *ingenuitas*: inspirar, expresar y persuadir, pero también introducir una serie de elementos, de personajes, de situaciones en el contexto comunicativo que pueden transmitir confianza y facilitar aquellos procesos orientados sobre todo a una ganancia.

Las imágenes de niños, la presencia de jóvenes y adolescentes en los anuncios publicitarios, en campañas de recaudación de fondos u otras, son ejemplos de uso de rasgos propios de la ingenuidad y a menudo de aprovechamiento desprejuiciado de la *ingenuitas* del hombre, para conseguir fines que implican beneficios, logrados a través de cualquier tipo de medio, en conformidad con la máxima maquiavélica de que el “fin justifica los medios”, que ha orientado y, en cierto sentido, ha sido utilizada para explicar las razones de un uso sin escrúpulos o tal vez no autorizado de imágenes de niños pobres, hambrientos, enfermos, sobre todo los de los países en desarrollo, que son aquellos menos protegidos desde el punto de vista legislativo.

El *business* de la publicidad, junto a la retórica publicitaria, han sabido construir una red de relación de dependencia mutua entre el productor del objeto, las modalidades para obtenerlo, el usuario y el entorno en el que se realiza ese intercambio que conduce a la “posesión” del producto publicitado.

La publicidad, al tener un gran poder de persuasión, representa una herramienta determinante a la hora de ofrecer modelos sociales a imitar y actitudes a seguir y, en propiedad por su poder de seducción, a través de los tradicionales, como de los nuevos medios de comunicación, atrae la atención de los más pequeños optando por técnicas como el color, la brevedad de los mensajes, el sonido, la imagen, y el rápido movimiento de los planos, alcanzando un importante impacto social especialmente en la infancia y en la adolescencia.

Los medios de comunicación “tradicionales” y ahora la realidad de las redes sociales, de Internet, de los videojuegos etcétera, aprovechando la pérdida de poder de seducción y parte de la función referencial que pertenece a los adultos, están aumentando su “presencia” y, a través de la publicidad, logran posicionar o vender más y mejor sus “propuestas”, sus “creencias” y sus “valores”, ya que los adultos han perdido la capacidad de presentar los suyos, de forma suficientemente seductora y estimulante.

La psicología nos ha enseñado que la imitación es el primer sistema de aprendizaje en el desarrollo de la personalidad y que los padres son el primer espejo en el que se refleja el niño y gracias a los estímulos que recibe por parte de ellos, establece su primer contacto con la realidad, que expresa a través de reacciones y respuestas. Antes, los padres eran aquellos que tenían una voz y una función decisivas con respecto a la selección de información o la interpretación de los hechos de la realidad cotidiana.

Hoy en día, la familia ha perdido parte de su protagonismo y la irrupción de los medios de comunicación y de la tecnología digital en la vida y en las acciones cotidianas, que ha propuesto otros modelos de referencia, ha llevado a un cambio de estilo y organización en la estructura y en las relaciones dentro y fuera de la familia. Los padres parecen más interesados en "rediseñar" su perfil como personas, como trabajadores, como referentes de sus hijos y, por lo tanto, al no tener tiempo para dedicarse a las necesidades de los niños, prefieren "hacer saltar" a sus hijos algunas etapas de desarrollo, acelerando el camino hacia la autonomía

y la independencia y por esta razón, los "cargan" con responsabilidades y tareas para las cuales no siempre poseen las habilidades necesarias.

Además, hay cada vez más padres que delegan "a otros" aquellas funciones y habilidades que les pertenecen en términos referenciales y educativos y con la misma facilidad, acusan a estos "otros" de las fallas o del fracaso de sus hijos, prefiriendo no investigar, para luego descubrir que, quizás, son ellos mismos la causa de estos problemas.

Los modelos de referencia que ahora dominan son los que tienen más capacidad de seducción, los que comparten características con el receptor, como el origen étnico, la clase social, la edad, el sexo, el comportamiento, las experiencias. ..., y la fuerza seductora, que juega un papel importante en los mecanismos de socialización, a través de los medios de comunicación y transmisión de información y redes sociales, lleva a cabo su función persuasiva y cuanto mayor es la capacidad de seducción, más incisiva es la capacidad de persuasión.

Los niños pequeños, al no tener suficiente conciencia crítica para comprender los mensajes publicitarios y, debido a su inocencia, los aceptan siempre como verdaderos, exactos e imparciales y es por esta razón que pueden ser persuadidos fácilmente a consumir productos que pueden resultar perjudiciales para su salud o poner en peligro su desarrollo cognitivo cuando, por ejemplo, crecen considerando "normales" conductas violentas o sexualizadas.

Las empresas publicitarias, por su parte, gastan millones para hacer coincidir la identidad y la credibilidad de la marca con la lealtad de quien la representa, creando *brand associations* entre el consumidor y el producto publicitado, vinculándoles con imágenes, sentimientos y sensibilidades culturalmente valiosas, como la *ingenuitas* del niño y su autenticidad, que convierten la marca en entidades simbólicas puras, separadas de productos específicos y características funcionales, que crean sin embargo un vínculo sólido y duradero en el tiempo<sup>278</sup>.

Además, con la transición a la adolescencia, la necesidad de pertenecer a un grupo de pares con el que identificarse, por el sentido de cooperación y solidaridad que les pertenece, los jóvenes son particularmente vulnerables a la presión del grupo, ya que tiene voz y dicta las reglas, y la publicidad puede ser un factor poderoso

---

<sup>278</sup> SCHOLOR, Juliet B., *Born to buy: the commercialized child and the new consumer culture*, New York, Scribner, 2004, pp. 25-26

que influye en su comportamiento y autoestima, porque condiciona y orienta a la organización como al estilo del grupo y aquellos que no poseen estas características quedan excluidos.

Los niños y los jóvenes son, sin duda alguna, los “elementos” más persuasivos en los anuncios comerciales y ocupan el centro de la escena, captando la atención de los consumidores, a través del poder persuasivo de la ingenuidad que transmiten y que “certifica” la cualidad del producto propuesto.

En el imaginario colectivo, la imagen sincera y la ingenuidad de un niño representan la inocencia y la pureza, así que se convierten en una herramienta para atraer la mayor atención posible durante la transmisión de mensajes publicitarios, y, como tal, se utilizan para transmitir la “sinceridad” del productor o de la *griffe* y la “autenticidad” del contenido publicitario que, por haber sido identificado con la ingenuidad del niño, difícilmente puede ser contrarrestado o rechazado.

La publicidad se expresa principalmente a través de una comunicación visual, en detrimento de la conversación y de la escucha, tratando de llamar la atención de las personas a las que el mensaje se dirige, construyendo el anuncio publicitario como algo espectacular –por la vitalidad de las imágenes, la música, los personajes y los productos presentes–, y es así que consigue imponer en el público infantil ciertos patrones de consumo y comportamiento, que pueden exacerbar conductas consumistas y dar espacio a la adquisición de malos hábitos.

La publicidad, como el estudio de los efectos producidos en la audiencia, ha sido y sigue siendo un argumento de discusión y debate entre los expertos de la industria publicitaria, los psicólogos, sociólogos, los educadores y las organizaciones que se ocupan de prevenir y defender a los menores y, en consecuencia de la explotación implacable de nuestra juventud por parte de los especialistas en marketing, para los que “*el bienestar de los niños se ha vuelto secundario para maximizar el beneficio corporativo*”<sup>279</sup>, y la creciente preocupación por los efectos de la inversión mediática en las emociones y en los sentimientos sobre la salud física y mental de los niños, así como en el desarrollo psicológico y en su bienestar, se busca cómo intentar poner límites que garanticen el respeto de los derechos de los niños y de las niñas.

---

<sup>279</sup> *Ibíd.*, p. 14.



La comunicación debe tener en cuenta las diferentes edades de los niños y niñas involucrados, respetando su evolución natural. No debemos representarlos en comportamientos, actitudes y poses inadecuadas para su edad y, en cualquier caso, que no correspondan a su desarrollo psíquico, físico y emocional. Toda “erotización” precoz de niños y niñas debe ser prohibida en la comunicación<sup>280</sup>.

Para profundizar en el concepto de “adultización” y de “erotización” de la infancia, tomaremos en cuenta algunos aspectos de la investigación realizada por dos investigadoras en la Universidad *La Sapienza* de Roma, en 2008<sup>281</sup>, sobre las consecuencias que la aplicación de rasgos de la personalidad adulta a los niños, que se utiliza en la publicidad, puede provocar en el desarrollo de su identidad y sobre las reacciones emocionales de los receptores, para explicar algunas de las razones que dan lugar al aprovechamiento “abusivo” de la *ingenuitas*.

Según la Asociación Americana de Psicología<sup>282</sup>, el fenómeno de la *erotización* ha conseguido inculcar en los niños y en los jóvenes modelos de conducta o actitudes sexuales típicas de los adultos, haciendo coincidir el valor de una persona con su *sex appeal*, con su poder de atracción, obligándolos a ajustarse a una forma de pensar que iguala atractivo físico con ser sexy y a ser considerados más por ser un objeto destinado a ser utilizado, en lugar de ser estimado por su autonomía o sus capacidades.

En términos generales, podemos decir que el fenómeno lamentablemente representa una tendencia de estos años, especialmente en los medios..., donde proliferan mensajes que enfatizan la importancia de presentarse sexualmente atractivos, para despertar el interés de los demás...,<sup>283</sup>

---

<sup>280</sup> Carta de Milán "Por el respeto de las niñas y los niños en la comunicación", por Terre des Hommes Italia (punto 3), noviembre 2012. Online en: <http://www.cartadimilano.org/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>281</sup> “L’erotizzazione dei bambini nella pubblicità” en: *Psicologia contemporanea*, 2008, núm. 205. Online en: [http://www.oliverio.eu/anna/SESSUALIZZAZIONE\\_BAMBINI.htm](http://www.oliverio.eu/anna/SESSUALIZZAZIONE_BAMBINI.htm) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>282</sup> American Psychological Association, *Report of the APA Task Force on the Sexualisation of the Girls*, 2007, citada en: OLIVERIO FERRARIS, Anna-STEVANI, Jolanda, *op. cit.*, 2008.

<sup>283</sup> OLIVERIO FERRARIS, Anna-STEVANI, Jolanda, *Ibidem*.

satisfacer la “sed de visibilidad” y la necesidad de “estar presente” que caracteriza a los usuarios de la comunidad-red y, aunque “*los espacios de Internet pueden ser muy creativos para los niños, posibilitando su derecho a la información, a la libertad de expresión y a la participación*”<sup>284</sup>, al mismo tiempo presentan muchos riesgos y ofrecen temas a una edad temprana representados de una manera erotizada.

Ya hemos visto como, en la sociedad actual, se está extendiendo e implantando una cierta tendencia a “omitir” algunas etapas de desarrollo de los niños, atribuyéndoles habilidades y reconociéndoles competencias que en realidad no les corresponden, acelerando su crecimiento –*Hurried Child Syndrome*<sup>285</sup>– y el camino hacia la autonomía y la independencia desde “padres infantilizados”, que están más centrados en revivir su juventud perdida, que en liderar la de sus hijos.

La sociedad occidental, escaparate del consumismo por excelencia, tiende a ofuscar las diferencias existentes entre adultos y niños, y los coloca bajo el denominador común de “consumidores” y, como tal, cada vez menos fáciles de distinguir, no sólo en el lenguaje, sino también en actitudes y aspiraciones, incluso en comportamientos relacionados con la sexualidad<sup>286</sup>.

A través de los medios de comunicación, la publicidad, ha logrado modificar actitudes, costumbres y deseos de sus “pequeños clientes”, los más aficionados y, para asegurarse además de que esta relación continuara fortaleciéndose a lo largo de los años, los ha utilizados para influir en la capacidad de elección de los adultos y para dirigir sus intereses hacia aquellos productos que pueden satisfacer a los dos, una tendencia, ahora explotada por el mercado, que reconoce en:

---

<sup>284</sup> UNICEF (Italia) Office of Research-Innocenti Italia: *La Seguridad en Línea de los Niños*, maggio 2013, p. 4. Online en: <https://www.unicef-irc.org/publications/693-la-sicurezza-dei-bambini-online-sfide-globali-e-strategie.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>285</sup> La expresión *Hurried Child Syndrome* –que corresponde a aquella condición en la que los padres reprograman la vida de sus hijos, los presionan para el éxito académico y esperan que se comporten y reaccionen como adultos en miniatura–, es de: ELKIND, David, *The Hurried Child*, New York, Addison-Wesley, 1988.

<sup>286</sup> POSTMAN, Neil, *La scomparsa dell'infanzia. Ecologia delle età della vita*, Roma, Armando, 1991, citado en: OLIVERIO FERRARIS, Anna-STEVENI, Jolanda, *art. cit.*, 2008.

los *Hurried Child* una importante fuente de inversión e ingresos: si son clones de adultos, incluso en miniatura, a ellos y a sus padres se les puede ofrecer una gama, mucho más amplia de un tiempo, de productos y artículos<sup>287</sup>.

Sin embargo, todo esto tiene su precio y produce consecuencias, a nivel cognitivo, emocional y también social, que pueden afectar a diferentes aspectos de la personalidad en evolución de los niños.

Desde el punto de vista cognitivo, el “culto” al aspecto físico se ha transformado casi en una paranoica gestión del cuerpo y en encontrar las formas mejores para hacerlo visible, lo que implica desinterés hacia otros aspectos fundamentales del desarrollo, del razonamiento y de las actividades creativas y expresivas.

Además, en lo que respecta a la esfera emocional, la excesiva preocupación, tanto para el aspecto físico y su “externalización”, como para el juicio de los demás, provoca tensiones internas, insatisfacciones, ansiedad y vergüenza en aquellos que, por el hecho de resultar “distintos” de los *clichés* requeridos por la cultura consumista y por la sociedad de la apariencia, se consideran “inadecuados” por tener un cuerpo que no se acerca a esos nuevos criterios<sup>288</sup>.

De hecho, son muchos los casos de jóvenes caídos víctimas de trastornos psicológicos como la anorexia, la bulimia o el acoso, tanto en la vida real, como en la virtual –el *sexting*<sup>289</sup> o el *cyberbullying*, en los que se está poniendo una atención particular, son un fenómeno grave, que ha expuesto a muchos jóvenes a formas de violencia psicológica –que en algunos casos conducen a soluciones extremas, como el suicidio–, y que se está extendiendo como un “reguero de pólvora”.

---

<sup>287</sup> OLIVERIO FERRARIS, Anna-STEVENI, Jolanda, *Ibidem*.

<sup>288</sup> *Ibidem*.

<sup>289</sup> El término *sexting*, contracción de *sex* y *texting*, se usa para indicar el intercambio de fotos y mensajes sexualmente explícitos, a través de las redes sociales y de aplicaciones de mensajería.

“En un principio comenzó haciendo referencia al envío de mensajes de naturaleza sexual y con la evolución de los teléfonos móviles, ha derivado en el envío de fotografías o vídeos de contenido sexual. Esta práctica puede causar graves daños psicológicos a los jóvenes que en la mayoría de los casos desconocen el destino final de sus fotografías íntimas. Las intercambian por fanfarronería, por seducir o porque sus parejas se lo piden para generar morbo y excitación. El problema viene cuando el que las recibe decide difundirlas entre amigos o colgarlas en internet, tal vez derivado de una ruptura y por despecho. Pero esto puede generar consecuencias legales. Los menores que se fotografían y las difunden pueden ser acusados de producción y distribución de pornografía infantil”. [REDACCIÓN de ABC, “¿Qué es el «sexting»? La moda que se extiende entre los jóvenes”, *ABC*, 30 de julio de 2014, consultable en: <http://www.abc.es/tecnologia/consultorio/20140730/abci-sexting-snapchat-erotismo-sexo-jovenes-video-201407301155.html> ]. [Último acceso: 30 de abril de 2018].

A nivel social, finalmente, la erotización, la identificación con modelos adultos y la objetivación del cuerpo, han hecho posible que los jóvenes –*cada vez menos niños y más prototipo de la "adultez" que les objetiviza y les priva de su derecho a ser niños*<sup>290</sup>–, alcanzaran fácilmente una representación de la sexualidad y de la diferencia de género como algo instrumental, en el sentido de que *“la sexualidad puede ser concebida y experimentada como una mercancía, sin considerar los aspectos relacionales y emocionales con los que se relaciona*<sup>291</sup>, así como fortalecer la idea de que:

la precocidad puede ser entendida como una casi naturalidad al considerar y hablar sobre aspectos del mundo de los adultos que también pertenecen al mundo de los niños<sup>292</sup>.

No cabe duda en reconocer que, la transformación de niños/as en objeto de consumo envía un mensaje claro de “disponibilidad”, lo que tiene el efecto, en realidad, de hacer que sus pares estén más expuestos y vulnerables.

Además, la tendencia a la imitación y a la homologación con el mundo adulto, que es una característica de la personalidad en evolución de los niños, junto a la falta de herramientas para encontrar posibles intentos de manipulación, ha sido aprovechada por los productores publicitarios que, con la complicidad de los padres, han hecho posible que el realizar poses seductoras y/o alusivas, buscar la mirada de sus receptores desde los carteles publicitarios, fuese algo normal y *“el hecho de que una niña tome actitudes de Lolita, seductoras hacia el sexo opuesto, sólo refuerza esta tendencia”*<sup>293</sup>.

Con un simple vistazo a las imágenes de las campañas publicitarias de *Nolita Pocket* y *Miss Sixty*<sup>294</sup>, p.ej., así como a las encontradas navegando por la red y/o

---

<sup>290</sup> OLIVERIO FERRARIS, Anna-STEVANI, Jolanda, *Ibidem*.

<sup>291</sup> *Ibidem*.

<sup>292</sup> DESSI, Antonio, “Bambini erotizzati: vittime di schizofrenia moderna”, *Nella stanza dello psicologo, Blog di psicoterapia*, en: [www.antonio-dessi.blog.tiscali.it](http://www.antonio-dessi.blog.tiscali.it) [Último acceso: 28 de abril de 2018].

<sup>293</sup> OLIVERIO FERRARIS, Anna-STEVANI, Jolanda, *Ibidem*.

<sup>294</sup> *Nolita Pocket* y *Miss Sixty* son dos marcas de ropa y accesorios de moda juvenil. Las investigadoras las seleccionaron para estudiar las diferentes reacciones del público ante las imágenes de chicas y niñas retratadas en actitudes altamente eróticas. Las imágenes a las que hago referencia, así como las conclusiones de la investigación citada, están incluidas y se pueden consultar en: <http://www.oliverio.eu/anna/SESSUALIZZAZIONE BAMBINI.htm> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

buscando entre las portadas de algunas revistas de moda juvenil, se aprecia claramente el uso de la *ingenuitas* en “función económica” la que, para obtener beneficios, convencer al consumidor y presionarlo para que compre el producto, llega a modificar la imagen que está transmitiendo para publicitarlo, enfocando en aquellos elementos –relacionados con el *eros* y con la sexualidad– que, desde siempre, actúan como catalizadores de atención, sin preocupación alguna por la representación mental que se asociará con ella y que dará lugar a nuevos tópicos relacionados con la realidad de la infancia.

La publicidad, desde luego, no transmite sólo informaciones sobre las cualidades de un producto o de un servicio, de una manera más o menos veraz, sino más bien informa sobre el hombre mismo, sus deseos más profundos y verdaderos.

A menudo escuchamos que la publicidad ha ayudado a borrar la infancia, acelerando el desarrollo hasta la independencia del niño, y estas imágenes lo confirman, al menos, porque lo que transmiten no tiene nada que ver con la realidad de la infancia –que es y debe ser otra cosa en comparación con los adultos. A pesar de haber sido diseñadas y construidas, centrándose en la confianza que inspira un/a niño/a y asegurándose de que la validez de la marca no se cuestione – y, en este sentido, la *ingenuitas* ha sido considerada en su función inspiradora, expresiva y, por supuesto, persuasiva–, para involucrar a un número más amplio de consumidores, se ha decidido dejar a un lado el aspecto sentimental y centrarse en todos los beneficios que la “provocación”, conseguida a través de la ingenuidad transformada en algo que represente un deseo y/o un objeto gastable en el mercado, puede implicar, en términos de beneficios monetarios.

El *ethos* ingenuo, como hemos visto, es un importante instrumento de persuasión, pero, en este caso, no hace resaltar ni la inocencia ni la ingenuidad de los niños y de las niñas, por haber sido modificado, alterado e incluso erotizado, poniendo en evidencia un claro ejemplo de uso abusivo de la *ingenuitas*, usada en su función económica, para obtener una ganancia.

La consecuencia es la representación, a través de un lenguaje gestual y corporal muy poco infantil, de niños que, si, por un lado, persuade al comprador, jugando con los efectos estimulantes que causa en el *pathos*, por el otro, enfocando en aspectos que solicitan el *eros*, expone al niño a serios peligros, por representar:

un vivero atractivo que puede contribuir a satisfacer los apetitos voyeristas de individuos sin escrúpulos, llegando incluso a justificar el apetito de pedófilos y de personas que sufren trastornos mentales. Frente a formas de publicidad irresponsable y agresivas y también frente a medios publicitarios que explotan cada oportunidad para espectacularizar la realidad y sorprender a los espectadores, transmitiendo una imagen morbosa de la infancia, los padres, los profesores y todos aquellos que quieren el bien de los niños, hoy más que nunca, tienen que trabajar mucho, para contrarrestar una tendencia generalizada y peligrosa<sup>295</sup>.

El “abuso” de ingenuidad en los anuncios publicitarios está destinado a la venta de bienes y productos, con la intención de modificar usos y costumbres de un público cada vez más amplio, ante el que está también el consumidor indefenso, con habilidades insuficientes o competencias inadecuadas para darse cuenta del engaño. Al observar las imágenes encontradas en la web, podemos distinguir diferentes formas de acercarse al mundo de los niños, a los valores y a las características que comúnmente se asocian con esta etapa evolutiva y que dependen principalmente de la forma de considerar al niño y su mundo.

Son imágenes que reenvían a caballeros sofisticados de la alta sociedad, que representan a un “señor” en miniatura, un adulto que se manifiesta a través de la imagen de un niño, al cual se han borrando los rasgos típicos de su infancia, sustituyéndolos con actitudes que se pueden asociar al éxito, al poder, al bienestar, a la elegancia o a todo lo que hace ser *cool*, genial, que son valores a los que miran los adultos y el hecho de que sea un niño el testigo de estas aspiraciones, por un lado confirma la credibilidad y la seriedad de la *griffe*, por otro lado, hace creer al niño que, cuando alcance esta posición social, esa marca de moda le ayudará a expresar su estatus, orientando su vida hacia valores que pueden desarrollar competitividad, egoísmo, indiferencia, deseo de poder...

Hay otras que son la representación de los estereotipos del adolescente indócil, como el “chico malo” en la campaña publicitaria *Diesel Kids*<sup>296</sup> a través del tópico

---

<sup>295</sup> *Ibidem*.

<sup>296</sup> La del “macho rebelde” es una de las tipologías de imágenes más aprovechada, para la publicidad de marcas de ropa juvenil, así como la del “niño-adulto”, para la difusión de valores que son propiamente de los adultos —el estado social, el sexo y el amor—, en las que resulta difícil encontrar rastros característicos de la ingenuidad infantil, y otras más. Para una clasificación sobre el uso de las imágenes de niños en la

del joven guapo y rebelde, identificado con un grupo social bien definido –que atrae a los adolescentes porque, en cierto sentido, hace plástico, a través de la ropa y una actitud que incita al desafío, el deseo juvenil de rebelión.

El denominador común es el uso del potencial de persuasión que la inocencia, la autenticidad y la simplicidad de un niño es capaz de suscitar, incluso si el objetivo y las formas de lograrlo siguen estando orientados a obtener un beneficio –a través de la venta del producto publicitado–, así como la transmisión de modelos de comportamiento y/o de hábitos, sobre los cuales poder continuar influyendo por mucho tiempo.

En la mayoría de los casos, la inocencia y la ingenuidad de estos niños han sido arrastradas por la manipulación llevada a cabo sobre su imagen, que ha sido “adultizada” y/o “erotizada”, transmitiendo características y valores de un mundo que no les pertenece, pero que se les impone.

Además, hay que reconocer que la percepción de este tipo de manipulación sobre la imágenes de los pequeños cambia según se refiera a un niño o a una niña: al primero, principalmente se le “adultiza” y/o se le asocian características como el machismo, el poder, la fuerza física..., mientras que a las niñas se les “erotiza” y, haciendo coincidir su *ingenuitas* con el poder de seducción, se les convierte en objeto de deseo o en pequeñas “Barbie” al estilo de los 70 o en jovencitas atrevidas que, paradójicamente “*guiñan un ojo al público masculino, pero hacen vender el producto que publicitan, especialmente a un público femenino*”<sup>297</sup>.

Por el hecho de que, a más seducción corresponde más persuasión, seguimos encontrando tantas imágenes de *Lolita*, que ponen muy bien en evidencia la manipulación que se ha hecho sobre la ingenuidad de las protagonistas, que terminan siendo representadas como “*una mujer joven y atractiva, a menudo maquillada como una mujer-objeto, cuyo único interés en la vida es el de atraer la atención de los hombres*”<sup>298</sup>, y/o que llegan hasta a decir que “la inocencia es más sexy de lo que piensas”<sup>299</sup>. Aquí me refiero a una imagen que encontré en la

---

publicidad, véase el trabajo de SCHWIENBACHER Eva, “Bambini in pubblicità”, Bolonia, marzo de 2012, consultable online en: <https://giovannacosenza.files.wordpress.com/2012/07/tesi-bambini-in-pubblicitacc80-eva-schwienbacher.pdf> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>297</sup> CAPECCHI, Saveria, *Identità di genere e media*, Roma, Carrocci Editore, 2006, p.31.

<sup>298</sup> *Ibidem*. Véanse también: COSENZA, Giovanna, *Semiotica dei nuovi media*, Roma-Bari, Laterza Editore, 2008.

<sup>299</sup> “*Because innocence is sexier than you think*” fue el eslogan de la publicidad de *Love’s Baby Soft*, una fragancia femenina, lanzada en 1974 por “Love Cosmetics” en Pennsylvania (circa, 1969-1980). Véase: SMITH, Michelle, “Talk about Sexualised! Old Love’s Baby Soft Advertisement”, en *Blog. Girl’s*

web y que se usó, presumiblemente, en la publicidad de un perfume de una marca de cosmética estadounidense de los años 70/80, que retrata a una niña vestida, arreglada y peinada como una pequeña Marilyn Monroe, donde el mensaje se construyó, a partir del poder persuasivo de la inocencia de la niña, para luego catalizar la atención a la representación erotizada de esa misma inocencia, convirtiéndola en un objeto de deseo, lo que acostumbra al consumidor a no ver en esa imagen a una niña, sino a una mujer adulta que, utilizando ese producto que se anuncia, podría quizás satisfacer sus deseos más ocultos.

Aquellos que fueron los “nuevos medios” de comunicación de masas –la televisión, la radio, la prensa y la publicidad, por supuesto, han hecho gran referencia al potencial persuasivo de la *ingenuitas* tanto para apoyar la credibilidad del producto anunciado como para crear un vínculo, que perdurara en el tiempo, entre el vendedor, el producto y el comprador, frente a niños/as que no tienen poder de decisión y que, con la complicidad de padres que –atrapados y atraídos por la ganancia y el éxito social–, no han tomado en cuenta los posibles riesgos que esto habría acarreado en el desarrollo de la personalidad de sus hijos, no tuvieron otro remedio que el de asistir pasivamente a la transformación de su originalidad infantil en una herramienta a disposición de los adultos para ganar dinero.

Dejando a un lado y para otras ocasiones todas las reflexiones posibles y los razonamientos que se pueden hacer sobre el tema en cuestión, aquí se ha querido enfatizar en particular el abuso que se hace del poder persuasivo de la ingenuidad que, sólo para obtener una ganancia, incluso se las arregla para manipular y construir el *ethos* de su testimonio, basado en las expectativas y solicitudes del público o el tipo de público al que se quiere persuadir. A través de lo que llamo *Retórica de la ingenuidad*, se quiere utilizar esta característica de los seres humanos, para transmitir lo que la *ingenuitas* es: la capacidad de entusiasmarse, inspirar, la creatividad, la despreocupación y, sobre todo, hacerlo explícito en imágenes y palabras, para que puedan transmitir contenidos auténticos y objetivos, de una manera que se puedan ver las cosas por lo que representan en realidad, sin ningún tipo de manipulación. El objetivo es ganar en eficacia y sinceridad, apoyar la idea de que se puede lograr la persuasión, a través de los rasgos que son propios

---

*Literature and Culture*, 7 de enero de 2011: <http://www.girlsliterature.com.au/2011/01/talk-about-sexualised-old-advertisement.html>. [Último acceso: 30 de abril de 2018].



de la ingenuidad infantil y juvenil, respetando la singularidad y la originalidad de la individualidad que expresan –que son el reflejo de una identidad auténtica, centrada en la sinceridad–y finalmente recrear un ambiente comunicativo más orientado a lo evidente, a lo objetivo, de manera que, la confianza con los demás se consigue sin utilizar elementos que, con el tiempo, pueden comprometer la credibilidad de un *ethos* ingenuo.

## **5.2 De la identidad analógica a la identidad digital: riesgos y ventajas para una identidad ingenua.**

Como hemos visto en los párrafos anteriores, el uso, que los nuevos medios de comunicación hicieron del potencial persuasivo de la ingenuidad, se dirigió principalmente a una función económica y todo lo que, desde allí, se construyó alrededor de la imagen manipulada, adultizada y/o erotizada de la infancia y de la adolescencia contribuyó a la definición de nuevos tópicos, en los que identificar la identidad de las nuevas generaciones.

Además, considerando el hecho de que, como se ha tratado en el párrafo 2 del capítulo 4, la mayoría de las relaciones sociales y comunicativas de los jóvenes tienen lugar en un ambiente virtual y que nuestro razonamiento ha enfocado en la argumentación, desde una perspectiva que integra el mensaje –“lo discursivo” en general– y su contexto –“lo lingüístico” en particular–, parece apropiado reflexionar también sobre los riesgos a los que está expuesta una personalidad ingenua.

La identidad del joven de la edad analógica, sin tomar en cuenta los abusos y la explotación de la ingenuidad, de la que hemos hablado en el capítulo anterior, toma forma a través de la cultura de la sociedad, de las indicaciones de figuras de referencia “presentes” –los que controlaban y manejaban las relaciones sociales y de comunicación de sus hijos–, y también a través de la autenticidad “demostrable” de los aspectos vinculados con esa identidad, utilizados para apoyar la “externalización” de la individualidad, expresada en la forma de vestir, a través de la música, el arte, el lenguaje, en la manera de comunicar y mantener las relaciones sociales en un contexto, después de todo, aún controlable.

La invasión de las nuevas tecnologías ha supuesto una crisis de mediación en el proceso informativo y traído un cambio sustancial en las costumbres y en las formas de transmitir información. A través de la comunicación digital, se ha facilitado el paso de la “intimidad doméstica” –el lugar donde se limpiaban los trapos sucios–, a la paradójica “intimidad pública” y ya casi no se encuentran límites al hacer visible la propia individualidad.

A lo largo de los últimos 20 años, “*la migración hacia el medio online y el avance de la digitalización de las actividades humanas*”<sup>300</sup>, se han asegurado de que el nuevo contexto comunicativo/relacional fuese un lugar donde trabajar, aprender, comprar y/o vender, donde poder llevar a cabo reuniones, ver contenidos audiovisuales, escuchar audio, así como el lugar donde hacer inversiones económicas, crear, votar...: “*los usuarios comparten cada vez más aspectos de su vida y, además, cada vez en más servicios y sitios web*”<sup>301</sup>.

Ser *social* coincide con vivir y con pensar “socialmente” y la creencia que todo es “virtualizable” le da un valor añadido a la realidad –incluso si no es el valor real– y, al mismo tiempo, provoca una cierta ansiedad al no recibir respuestas inmediatas por parte de los demás “seres sociales”, por el hecho de que resulta siempre más complejo pensar que se pueda vivir sin la oportunidad de recuperar ese momento virtual perdido<sup>302</sup>.

Cada momento, lugar o situación se comparte con los demás, para que no se pierda nada, y gracias al uso de las herramientas proporcionada por la Web 2.0, es posible ir narrando y transmitir en directo la vida, los pensamientos, los conocimientos, las relaciones, las opiniones...

Internet ha modificado también dimensiones como el espacio, el tiempo y el contexto donde tienen lugar las relaciones entre las personas, acercando múltiples realidades de manera casi inmediata, eliminando, en este sentido, la distancia física, lo que ha permitido, por un lado, el acceso a casi cualquier conocimiento, información o persona de manera instantánea y, por otro lado, que los hechos permanezcan ordenados temporalmente tal y como sucedieron, dejando los recuerdos, en cierto modo, inalterados<sup>303</sup>.

---

<sup>300</sup> FUNDACIÓN TELEFÓNICA- EDITORIAL ARIEL, *Identidad digital: el nuevo usuario en el mundo digital*, 2013, p. 9. Online en: [https://www.fundaciontelefonica.com/artes\\_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/229/?\\_ga=2.98811737.611170108.1515665262-1648659255.1515665262](https://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/229/?_ga=2.98811737.611170108.1515665262-1648659255.1515665262) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>301</sup> *Ibidem*.

<sup>302</sup> CHINAPPI Andrea, “Questa nuova metafisica chiamata social”, *L'intellettuale dissidente*, diario periodístico digital, 26 de enero de 2015. Online en: <http://www.lintellettualeedissidente.it/societa/questa-nuova-metafisica-chiamata-social/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>303</sup> FUNDACIÓN TELEFÓNICA- EDITORIAL ARIEL, *art. cit.*, p. 14.

Tanto en el mundo físico, como en la vida real, “*los recuerdos están asociados a una emoción y, por lo tanto, están sujetos a un orden subjetivo*”<sup>304</sup>.

Hoy en día, los recuerdos no se encuentran sólo en nuestra mente, por estar también almacenados “*en el soporte digital que los conserva*”<sup>305</sup>.

Todas esas experiencias, que confluyen en un macro contenedor que podemos identificar como la “memoria de la web”, constituyen también los *loci*, los lugares mentales donde colocar las ideas y los contenidos, así como las expresiones del discurso que se pueden recuperar y recordar a la hora de la actuar con los demás. Esa *memoria artificial* recoge los contenidos que se han almacenado en archivos según criterios específicos –como la facilidad en la búsqueda de las informaciones, la *findability* y la usabilidad, la *usability*<sup>306</sup>, que “atrae” el usuario y hace que se quede en el sitio o que recurra a él–, pero también según criterios que no son rígidos, sino que responden a las distintas lógicas clasificatorias de multitudes de usuarios y que pueden servir como elementos para otorgar credibilidad y capturar la atención de los demás usuarios<sup>307</sup>.

El estar *online* coincide con la necesidad de estar presente, no sólo como “uno entre los tantos”, sino más bien como individuo/usuario que tiene una cara, una vida, una existencia “documentable” que, por el hecho de poder ser verificada –por su estar a disposición de todos en la memoria de la web–, da cierta credibilidad a su *ethos* y permite opinar, hacer sentir su propia voz y expresar pensamientos.

---

<sup>304</sup> *Ibidem*, p. 15.

<sup>305</sup> *Ibidem*.

<sup>306</sup> “La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) define el término como la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso. Los aspectos enunciados se refieren al formato, los enlaces, las metáforas de navegación o la interactividad...”. [BERLANGA, Inmaculada-MARTÍNEZ, Estrella, *art. cit.*, p. 54]. “La usability dirige la web: con alrededor de 620 millones de sitios web a disposición, los usuarios tienen enormes posibilidades de desplazamiento y de búsqueda que se acompañan de una creciente insistencia e impaciencia por recibir una satisfacción de inmediato. Si el usuario no consigue entender cómo usar un sitio web en un minuto o dos, acaba por pensar que está perdiendo el tiempo y abandona el sitio en búsqueda de algo más satisfactorio para sus exigencias...”. [NIELSEN, Jacob, *Usabilidad. Diseño de sitios web*, Madrid, Pearson Educación S.A., 2000, p. 10].

<sup>307</sup> La credibilidad de una página o un sitio web y/o una identidad digital, que está vinculada a su capacidad para satisfacer las necesidades de los usuarios, se manifiesta en términos de capacidad de buscabilidad y usabilidad. Cuanto más frecuentemente se utiliza y más fácilmente se puede encontrarla, muestra que el planteamiento retórico ha podido con la persuasión de su *community* virtual. Para más informaciones sobre la buscabilidad (*findability*) y la usabilidad (*usability*), véanse: ROSATI, Luca, VERNIER, Federica, *Rete Retorica. Prospettive retoriche della Rete*, Perugia, Edizioni Guerra, 2005; ROSATI, Luca, *Architettura dell'informazione. Trovabilità: dagli oggetti quotidiani al web*, Apogeoosbook, octubre de 2010; NIELSEN, Jacob, *op. cit.*, 2000.

Se le otorga un poder que puede ser ejercitado sin límites de tiempo ni de espacio y que se caracteriza por no depender de interés alguno y por centrarse únicamente en sí mismo. Internet ha hecho más sencilla la comunicación entre las personas, llegando más allá de los límites impuestos por los network globales y otorgando a los usuarios la posibilidad de transmitir contenidos, materiales y diferentes fuentes de noticias de forma autónoma, sin la necesidad de que exista una mediación por parte de algo y/o alguien. Así que, los medios de comunicación tradicionales ya no poseen el monopolio de la información y de la transmisión de la realidad, debido a las facilidades de publicación y difusión que ofrece Internet.

La eliminación de los intermediarios tradicionales ha dado un cierto “protagonismo” al usuario que puede tener un contacto directo e inmediato con la información y con el receptor al mismo tiempo. Eso ha introducido lo que se ha venido definiendo como el proceso de *desintermediación comunicativa*<sup>308</sup>.

A través de la desintermediación los elementos básicos del proceso comunicativo, como son el emisor, mensaje, canal, código y receptor siguen manteniéndose, pero el modelo está sufriendo una transformación que se interpreta como positiva si nos centramos en el usuario ya que el mensaje o información se adquiere de forma directa sin la opción de que posea ruido ni interferencias provocadas por agentes externos<sup>309</sup>.

Aceptando la tesis del canadiense McLuhan de que nosotros somos el medio, gracias a la creatividad humana, conseguimos intermediar con la red y hacer que nos escuche y nos apoye: a través de la actuación y la actualización en los medios, el usuario logra la confianza de su audiencia. Así que, para evitar el miedo y el riesgo de perder el espacio conseguido y conquistado, a través de una intensa actividad presencial, el usuario 2.0 está dispuesto a renunciar incluso a su identidad personal, en favor de una “identidad colectiva”, según la “moda” del momento y/o según cuanto es deseado por la muchedumbre.

---

<sup>308</sup> Con desintermediación, se entiende la eliminación de intermediarios en la cadena de suministro, así que los compradores se relacionan directamente con los productores y, con respeto a la comunicación en la red, a la transmisión del mensaje que llega directamente al receptor, sin tener que pasar por otros medios, como la radio, la TV o la prensa...

<sup>309</sup> LÓPEZ JIMÉNEZ, Gloria, “El proceso de desintermediación comunicativa”, en: *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, Madrid, 2014, Vol. VII, p. 84.

La paradoja entonces que se crea es emblemática: ya sea la despreocupación de los niños o la seriedad del adulto, la homologación “social” es la misma para todos y terminará enjaulando y enmarcando cada individualidad entre las cuatro esquinas de una página web y la única diferencia estará determinada por el número de “I Like”. El lugar secreto del hombre –lo privado, lo íntimo–, el refugio contra la homologación de las individualidades ya no existe y se ha disuelto en la espectacularización de la vida cotidiana, así como la fascinación de lo incognito y de lo inesperado, que desde siempre ha estimulado las fantasías de las personas, se ha conformado en el “social” de lo idéntico<sup>310</sup>.

Por lo general, se suele definir la identidad como la manifestación de las características asociadas con un ser humano y que expresan la singularidad de una persona y, al mismo tiempo, lo que la distingue de los demás, cuando interactúa con ellos, porque es propio en la relación con “otras identidades”, cuando las diferencias y las características individuales adquieren valor y llegan a ser un soporte para la interacción social.

Reconocer la identidad de alguien implica saber individuar los elementos que permitan determinar, de manera directa o indirectamente, los aspectos relacionados con la identidad física, psíquica, económica, cultural o social de cada persona. Hasta hace unos años, la “configuración” de la identidad personal se lograba a través de las relaciones con personas u organizaciones en un contexto dado, relacionado principalmente con el entorno personal y físico más cercano.

Sin embargo, la llegada de Internet y el aumento de las actividades de las personas en el nuevo medio, que además de facilitar la interacción y aumentar los rastros de su actividad en la red misma, hacen que la identidad personal se vincule cada vez más a la realidad digital, incorporando nuevas funcionalidades, que deben tenerse en cuenta, para que la gestión de esta identidad sea realmente efectiva<sup>311</sup>.

La construcción de una identidad requiere esfuerzo y tiempo, y una especial sensibilidad para entender que nuestros actos tienen repercusión en los demás. No es sencillo crear una imagen reconocida por el otro con la que, además,

---

<sup>310</sup> CHINAPPI ANDREA, *art. cit.*, 2015.

<sup>311</sup> FUNDACIÓN TELEFÓNICA- EDITORIAL ARIEL, *art. cit.*, 2013, p. 9.

estemos a gusto y que nos pueda acompañar muchos años, crecer con nosotros<sup>312</sup>.

Toda la información recibida, producida, interpretada, entendida, relacionada por un usuario, influye y amplía el concepto tradicional de identidad, que ya no se refiere exclusivamente a los rasgos físicos ni a aquellas capacidades que habilitan al usuario, para realizar ciertas actividades, sino a un concepto más amplio, donde confluyen muchos elementos, que se enriquecen mutuamente, y que han dado lugar a la aparición de la *identidad digital*.

Las oportunidades proporcionadas por la red y la tecnología de la información han sido recibidas con gran entusiasmo por las personas, que han interpretado el *network* como un escaparate importante, donde es posible exponer la vida, las emociones, las ideas..., que expresan y configuran quién y cómo es una persona. Las nuevas generaciones de usuarios, y en particular los jóvenes, que se comunican a través de redes sociales, mensajes instantáneos, correos electrónicos ..., viven la red como una realidad omnipresente que los involucra y que abre las puertas a todos los mundos posibles, sean reales o fantásticos, en los que poder comunicarse y acceder a la información de forma inmediata y sencilla al mismo tiempo y que les da la oportunidad de divertirse y definirse a sí mismos con estilo.

Por estas razones, están concentrados en la construcción y en la gestión de una identidad publica “virtual” –que requiere una comunicación más visual, sostenida por fotos, vídeos u otros elementos, de los aspectos que la caracterizan– a la que poder asociar cierta credibilidad y garantizar las relaciones y los momentos de interacción. De hecho, las relaciones comunicativas –que son cada vez más bidireccionales y masivas– y la conexión en tiempo real ha convertido gran parte de las actividades realizadas en la red en una experiencia atrayente, en algo que absorbe totalmente y condiciona todo y que, a menudo, puede transformarse incluso en una experiencia adictiva. El flujo de información producido, recibido, enviado ..., en tiempo real por cada usuario conectado, recoge y se apropia de las huellas que los diversos *netizen* han dejado de sus pensamientos, sentimientos, acciones, durante los diversos pasos en la red y contribuye no sólo a configurar la

---

<sup>312</sup> GAMERO, Ruth, *La configuración de la identidad digital*, Nota Enter-IE 131, junio 2009, p. 1. Online en: [https://observatorio.iti.upv.es/media/managed\\_files/2009/06/03/11569.pdf](https://observatorio.iti.upv.es/media/managed_files/2009/06/03/11569.pdf) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

identidad digital, ya que también afecta fuertemente a la "analógica", a la identidad real, por los cambios que produce a nivel cognitivo, social y comunicativo.

Como se mencionó, en las redes sociales “*resulta más sencillo hacer que algo sea público y más difícil que algo continúe siendo privado*”<sup>313</sup>, cuando, en cambio, lo que se debería cuidar es realmente la privacidad, como medio para garantizar la seguridad.

El consumidor se ha convertido en un producto y plataformas como *Google*, *Facebook* y *Twitter* son las nuevas plantas de producción, y el usuario *online*, que deja un rastro digital por el ciberespacio cuando navega por Internet y participa en las redes sociales, genera datos que pueden ser comprados y vendidos con el objetivo de que ciertas empresas mejoren su oferta al consumidor<sup>314</sup>. [...] es habitual que las personas compartan información sobre las actividades que realizan en un determinado momento, fotos, vídeos, comentarios o información de geolocalización y esta información, una vez compartida, entra en el «flujo» de información y puede distribuirse libremente, por lo que la gestión escapa del control de la persona que la compartió. Los límites son cada vez más difusos y cada vez es más difícil encapsular una información que es fluida por naturaleza y fluye aún más en los ecosistemas de redes digitales. Incluso el concepto que cada persona tiene de sí misma se integra como una pieza más en una red más amplia que es donde cobra sentido<sup>315</sup>.

El entusiasmo excesivo, no acompañado luego, en la mayoría de los casos, por una formación adecuada y control suficiente, especialmente para los sectores más débiles de la población, ha hecho posible abrir las puertas de la esfera privada e íntima de cada ser humano, exponiéndolo al riesgo de abuso, manipulación y falsas promesas de simplificación, de modo particular en las relaciones interpersonales. Lo que más se vio afectado por esta apertura a la esfera privada fue sin duda la individualidad que, por haber empujado a los usuarios a sentirse, en cierto sentido, obligados a "adaptarla", retocarla y manipularla –para asegurarse de que no fuese

---

<sup>313</sup> GARTON ASH, Timothy, *op. cit.*, 2017, p. 387.

<sup>314</sup> FUNDACIÓN TELEFÓNICA- EDITORIAL ARIEL, *art. cit.*, 2013, p. 25.

<sup>315</sup> REIGH, Dolores, citada en: Fundación Telefónica- Editorial Ariel, *Ibídem.*, p. 16.



excluida de la *community*–, hasta el punto de hacerle perder aquellos aspectos que representan la garantía de la autenticidad y singularidad de cada ser humano.

Las informaciones relacionadas con el ámbito personal encontradas en Internet crecen de forma continua y a través de la utilización de las redes sociales, foros, paginas de compra..., dejan un rastro de la actividad, de los gustos y preferencias, en definitiva, del comportamiento y de la forma de ser de cada usuario.

De hecho, la identidad digital, que a pesar de soportar los procesos de interacción, identificar a un sujeto y otorgarle la posibilidad de desarrollar diferentes actividades, es principalmente la manifestación del *ethos* del usuario virtual, un conjunto de elementos personales que evolucionan en el tiempo, en los cuales ya no se distingue entre los que vienen “de fábrica” de los que se han juntado a lo largo de todos los pasajes en la red, de sus servicios y aplicaciones, como los social network, los servicios de almacenamiento de datos, *fotosites*, *videosites*, *blogs*, foros, etc...

A pesar de lo positivo que la construcción, en cierto sentido, “participada” de la identidad digital, proporciona al desarrollo de habilidades cognitivas y/o relacionales, siempre hay un lado oscuro, unas letras pequeñas a las que se debería prestar más atención y que en este caso, se refieren a la autenticidad de todas identidades con las que el usuario 2.0 entra en contacto y con las que podría también empezar a actuar.

En efecto, esto es así, sobre todo para lo relacionado con la comunicación, la reputación de una identidad digital en los medios es la condición principal, para la puesta en marcha de los procesos que conducen a la persuasión de las demás identidades digitales.

Sin embargo, a una identidad digital no corresponde siempre una identidad real verificable, sino el reflejo de un conjunto de datos compartidos, que se agregan a los existentes, llenando la imagen pública con una gran cantidad de informaciones y detalles, muchos de los cuales se refieren a la esfera privada de un usuario, incluso si, en el contexto virtual, el concepto de intimidad se vuelve cada vez más público, implicando, para la propia persona, dificultades en la gestión de esa identidad siempre más polifacética.

Hace unos años, las personas decidían qué aspectos de la *privacy* podían hacerse públicos, mientras que, en la actualidad, se trata de decidir cuáles aspectos de la

identidad habría que preservar y hacer que no se hagan públicos, para recuperar algo de privacidad, que al mismo tiempo funciona como medio de seguridad.

Las huellas que las personas han dejado a lo largo de su pasaje en la web han sido registradas y se pueden conservar idealmente, de manera permanente, en la memoria de la web y, por lo tanto –considerado que tampoco pueden ser eliminadas–, se puede acceder a esas informaciones, según incluso un orden cronológico claro.

Lo ideal sería que cada uno sepa lo que es conveniente compartir y transmitir a través de la web y lo que, en realidad, debería permanecer en la privacidad, para evitar que alguien pueda aprovecharse de informaciones y datos, que podrían comprometer la reputación y la integridad del usuario que, a cambio de una ilusoria promesa de seguridad, a menudo renuncia a su privacidad, por el miedo de ser excluido de ese contexto comunicativo/relacional, en el que está involucrado. Es el propio usuario quien debe supervisar el intercambio de datos y lo que está relacionado con su identidad, pero desafortunadamente no es tan simple, especialmente si no se tiene la competencia suficiente en términos de conocimiento de la herramienta informática con la que se encuentra operando, como a nivel cognitivo, comunicativo –en la recepción e interpretación de información y mensajes–, así como una baja capacidad discriminatoria, sobre las consecuencias que las actividades *en* y *de* la red pueden tener.

Hoy más que antes, a través de la Retórica y sus herramientas, cada persona –que dedica mucho tiempo y atención a la construcción de su identidad, ya sea real o digital–, puede recibir los instrumentos adecuados, para elegir los aspectos y elementos que mejor representen el perfil, el carácter de la persona y, en particular, aquellos que hacen visible la autenticidad de un sujeto que, a través de la forma de expresarse, de enfrentar problemas, de relacionarse *on* y *offline* con los demás, le da credibilidad al *ethos*, lo que permite establecer una relación recíproca, entre el remitente y el destinatario, a través de lo que se comparte, cómo se comparte, dónde y con quién se decide poner en tela de juicio la propia individualidad.

Una formación retórica capaz de ayudar a comprender las posibilidades de engaño que pueden surgir, a nivel comunicativo –a través de la manipulación de las palabras y de las formas de construir el discurso–, así como a nivel relacional y social, a la hora de construir virtualmente la propia identidad.

Además, esas herramientas, las conocidas estrategias de la Retórica clásica – adaptadas y aplicadas al nuevo contexto y al nuevo canal de comunicación–, pueden servir para expresar autenticidad y recrear un ambiente comunicativo más orientado a lo evidente, al objetivo, donde la identidad digital es el reflejo de una individualidad real auténtica –“construida”, respetando la singularidad de la entidad que la expresa–, centrada en la sinceridad, de manera que, la confianza con los demás usuarios se pueda conseguir sin manipulación y sin utilizar elementos que, con el tiempo, pueden incluso comprometer la credibilidad del *ethos*, tanto del usuario digital, como del analógico.

La identidad es lo que yo soy o pretendo ser o creo que soy. La reputación es la opinión que otros tienen de mí. Se forma en base a lo que yo hago y lo que yo digo, pero también a lo que otros perciben de mis actos o palabras, a cómo lo interpretan y a cómo lo transmiten a terceros<sup>316</sup>.

En este sentido, el esfuerzo invertido por el usuario, para construir su propia identidad online, no debería ser algo opcional, sino más bien, un acto de responsabilidad, para evitar que, la reputación se determine exclusivamente por lo que otros piensan de esa identidad<sup>317</sup>.

Sin embargo, considerado que, como se ha dicho antes, garantizar la puesta en seguridad de la identidad de una persona ha llegado a ser un “acto de responsabilidad” entre los ciudadanos de la *community* virtual, es muy importante la formación y el conocimiento de las diversas herramientas a disposición de los usuarios, de manera que, el enfoque sobre la individualidad sea menos “digitalizado” y más humanizado, en el sentido de que, hay cosas que sería conveniente mantenerlas en la *privacy* y compartirlas en un contexto comunicativo/relacional más protegido y bien definido.

---

<sup>316</sup> ALONSO, Julio, “Identidad y reputación digital”, *Cuadernos de comunicación Evoca*, Madrid: Evoca Comunicación e Imagen, 2011, núm. 5, p. 6.

<sup>317</sup> *Ibidem*, p. 8.

### 5.3 De la Retórica de la “ganancia” a la Retórica de la “evidentia”

La tendencia, que se desata en las redes sociales, la publicidad y la televisión, para asegurarse de que cada experiencia individual, sea lo que sea, tenga que ser compartida virtualmente por una amplia red de personas, está creando un mundo paralelo con sus propias reglas de creación y uso de lo real.

Es cierto que, la experiencia en el “social network” es interesante porque ha creado una nueva forma de percibir lo que nos rodea, pero, sobre todo, ha fortalecido la ilusión de poder crear una nueva realidad.

Las redes sociales, especialmente *Facebook* e *Instagram*, nacen para compartir, para hacer visibles a nuestros seguidores, a través de oraciones, fotos, canciones, artículos, eventos, etc., quiénes somos, qué hacemos y lo que amamos, y sobre todo que somos “seres sociales” y “socialmente integrados”, así que, en esta ágora virtual, que ha llegado a “espectacularizar” lo existente, no se omite nada: las amistades, los estados de ánimo, las fotos viejas, las bodas, cumpleaños, funerales, los arrebatos emocionales...: hay que capturar el momento, la frase o la imagen adecuada para hacer que cada usuario, conocido y/o desconocido, sea el más íntimo, el más interesado y el más informado de cada experiencia compartida.

Lo que está surgiendo es una inversión de la misma realidad con la virtualidad, lo que también ha conducido a un fuerte deseo de perfección: mejorar la propia realidad a través del intercambio virtual, aunque el resultado virtual logrado no es más que una simulación de la realidad misma, imperfecta, problemática y normal<sup>318</sup>.

Entre los planes de este trabajo de investigación, como dicho, está el de recuperar el significado de ingenuidad en su sentido originario —come expresión y ejercicio de la libertad del hombre y como manifestación de autenticidad, tanto a nivel personal, como a nivel comunicativo—, y utilizar los rasgos característicos de la *ingenuitas*, para construir discursos en grado de transmitir informaciones que, a través de un lenguaje sencillo, espontáneo y capaz de describir los elementos en su

---

<sup>318</sup> CHINAPPI, Andrea, *art., cit.*, 2015.

objetividad, haga posible la formación de imágenes mentales que reflejen la autenticidad de lo que se quiere transmitir e incluso que pueda modificar la forma de interpretarlos.

En los párrafos anteriores hemos tratado de los riesgos en los que es posible caer, al no tener una formación adecuada para entender qué hay detrás de las intenciones de quienes producen y/o reciben información, mensajes y todo lo que nos relaciona con los demás, en términos de veracidad y objetividad en los contenidos y en la forma para transmitirlos.

Nuestro razonamiento acerca de la posibilidad de utilizar la ingenuidad como una herramienta retórica, capaz de lograr la persuasión por medio de las características de la *ingenuitas* primitiva, a través de esas funciones que le hemos atribuido —es decir, “inspirar” la definición de un *ethos* creíble porque es auténtico en los pensamientos y coherente en las acciones que lo representan, “expresar” la objetividad de los hechos y la forma de interpretar la realidad, aprovechando el momento en el que surgen las cosas y las situaciones, y “persuadir” a los demás, gracias a una argumentación, un lenguaje y un estilo que, aunque no siempre en línea con los cánones de la cultura impuesta por los adultos, consigue empatizar con su público—, nos pone frente a un desafío, por lo que incluso la “función económica” —que es la más aprovechada, por parte de manipuladores que miran única y exclusivamente a los beneficios monetarios—, se puede tomar en consideración en la que llamo *Retórica de la ingenuidad*, para proporcionar beneficios en términos de cualidad, eficacia y autenticidad en la comunicación.

Sin embargo, el contexto en el que vivimos, una mezcla de realidad y virtualidad, complica un poco las cosas, por el hecho de que nos ha atrapado en un sistema, en muchos sentidos aún desconocido, que impone sus reglas y sus comportamientos, que obligan a adoptar actitudes que, en contra de su forma de ser y/o de percibirse, implican la renuncia a parte de la propia singularidad, para evitar ser excluidos de la participación en la vida de la *community*.

A lo largo de los últimos años, para no perder la posición alcanzada en el contexto caótico en el que se desarrollan la mayoría de nuestras relaciones de comunicación y sociales, los miembros de la comunidad han aprendido diferentes maneras de interactuar con los demás, para expresar pensamientos y emociones, han compartido con un número incalculables de personas, conocidas y/o desconocidas, datos e informaciones, han dejado huellas en cada rincón de la web, se han

transformado en *followers* que *twitteen*, se identifican y se presentan detrás de *emoticons* para expresar sus sentimientos y sus emociones, usan formas de expresión que han adquirido en la red y que sirven como un signo de reconocimiento e identificación.

Están constantemente y tan concentrados en su "tercera mano", hecha de Smartphone, tabletas ..., –la que les permite mantener una conexión permanente con el mundo y con las personas–, que casi se olvidan de mirar a su alrededor, buscar la complicidad de una mirada, percibir perfumes y compartir momentos con quienes prefirieron desconectarse de esta realidad y optaron por regresar a formas más “analógicas” de gestión de su vida social y de sus relaciones comunicativas.

Luego, la distancia generacional entre padres e hijos se está volviendo tan corta que, desde la ropa, desde los videojuegos, desde los deportes, *WhatsApp*, *Facebook*, hasta la manera de hacer y hablar, los niños se ven obligados a independizarse pronto y la difusión de diferentes modelos de referencia los ha llevado a una anticipación del crecimiento emocional, relacional e incluso sexual. Este fenómeno tiene repercusiones especialmente en los adolescentes, que se acercan a la sexualidad, con una conciencia corporal que aún está evolucionando, pero sobre todo con la intención de homologarse con el mundo de los adultos, como se puede demostrar mirando los perfiles de los jóvenes que navegan por Internet, sin censura, sin conocimientos y de forma descontrolada, en las redes sociales, donde encontramos identidades digitales que destacan por ser claramente seductoras y “sexuales”, que representan identidades reales que no se pierden nada, aparte de lo más importante es decir, su infancia.

La responsabilidad de este paso, de una vida hecha de contactos directos, sin la mediación de equipos tecnológicos cada vez más precisos y eficientes para los servicios ofrecidos, a una vida basada en la velocidad de la conexión, en la facilidad con la que se puede obtener información, en el diálogo ininterrumpido, que conduce a una actividad comunicativa frenética que a su vez produce otras actividades de comunicación, etc..., a menudo se atribuye a la introducción masiva de las tecnologías de la información, Internet y redes sociales, que han producido una cantidad considerable de individuos uniformados en la forma de aparecer y de ser, atrapados por un sistema que se presenta con su estructura, organización y con sus reglas, su lenguaje y su estilo, a los que hay que someterse, para seguir siendo “visible”, al menos dentro de esa comunidad a la que están afiliados.

En los países más desarrollados los gobernantes están intentando encontrar soluciones, para poner remedio al aumento de la explotación sexual en línea y al aprovechamiento de la ingenuidad de los niños, a través de la promulgación de leyes, enjuiciamiento de los culpables y sensibilización para protegerlos y garantizar el respeto por sus derechos, aunque, sin embargo, muchas de esas medidas han resultado ser insuficientes o no se aplican correctamente.

En realidad, lo que es aún más paradójico es la hipocresía que une a muchos miembros de la sociedad que, por un lado, reconocen estos aspectos como valores primarios e intocables, por el otro, "aceptan" que los niños son retratados en poses y actitudes, no muy típicas de su edad, sin tener en cuenta lo que estas conductas podrían implicar, en términos psicológicos y socioemocionales, en el futuro.

En general, la mayoría de los padres hace lo mejor que pueden, pero luchan contra una cultura que orienta y educa a los hijos a valorar todas las cosas equivocadas, las que son "líquidas", las que hoy tienen importancia y que mañana, a lo mejor, habrán desaparecido.

En mi opinión, el verdadero problema no es tanto Internet, las redes sociales –una oportunidad extraordinaria en manos de las personas, por todo lo que permite hacer, para dar voz a todos, facilitar las relaciones interpersonales y mucho más–, sino más bien la falta de una preparación completa e información correcta sobre el uso de nuevas tecnologías y de los nuevos lenguajes.

Si miramos a Internet como a una oportunidad, que abre a horizontes siempre nuevos y que permite un intercambio de informaciones y noticias y no como causa de aislamiento y distanciamiento de la realidad, resulta más fácil considerarlo como una herramienta que permite evidenciar ese aislamiento y comprender que el problema, no hay que buscarlo en la red, ni tampoco en lo que la red significa en sí misma, sino más bien en el hecho de que la mayoría de los niños y de los jóvenes se agarran a la red en soledad, sin que nadie les enseñe cómo acercarse a ella, en términos de competencias informáticas, ni qué significa ingresar a una dimensión que exige un conjunto de requisitos, para que la experiencia en la *community* resulte eficaz y pueda añadir y/o expandir el conocimiento, facilitar las relaciones sociales y comunicativas y no representar un peligro o para poner en riesgo el desarrollo de una personalidad fuerte, responsable y consciente de sus acciones.

*“Es evidente que, si a los niños se les da la oportunidad de conducir un automóvil, sin carnet y sin el acompañamiento de un adulto, no permanecerá ileso<sup>319</sup>”* –como nos recuerda la Inspectora jefe del Cuerpo Nacional de Policía español, Esther Arén Vidal, delegada provincial de *Participación Ciudadana* en la Comunidad de Madrid, especializada en la lucha contra los acosos juvenil y los crímenes informáticos–, pero, desafortunadamente, en la sociedad en la que vivimos, *“estamos entregando a los niños, menores de 14 años”* –sigue la Inspectora–, *“los últimos equipos tecnológicos para que puedan ir a 200 por hora por la red”<sup>320</sup>*, sin un conocimiento previo de los posibles riesgos y engaños en los que se puede caer, escondiéndose detrás de la creencia de que los niños son los que pueden usar estas herramientas más fácilmente, cuando en realidad, los niños son sólo aquellos que las usan más.

Por estas razones, es necesario un compromiso serio por parte de los padres, los docentes y todos aquellos que se preocupan por la defensa de los menores de los peligros que un mundo desafortunadamente aún adultocéntrico y materialista no quiere o que prefiere no ver.

Sin embargo, este no es el lugar ni el momento para iniciar una discusión –que vamos a dejar para otras ocasiones–, sobre los temas relacionados con el uso inconsciente de la tecnología de la información y las consecuencias que puede generar la presencia excesiva en la realidad virtual de niños y jóvenes, dado que, nuestro principal interés está orientado al uso de las cualidades de la personalidad ingenua, para hacer entender a nuestros pequeños usuarios –e indirectamente también a quienes se ocupan de su crecimiento y desarrollo cognitivo, relacional y emocional–, que siendo uno mismo, siendo auténtico, distanciarse de los cánones y de las reglas impuestas por una “sociedad líquida” y que cambia a menudo sus escalas de valores, manifestando la verdadera identidad no es un signo de debilidad, sino más bien lo que los convierte en “alternativos”, lo que les permite expresar sus pensamientos, sus emociones y sentimientos, inspirados por esa

---

<sup>319</sup> ARÉN VIDAL, Esther, *El mundo*, 11 de julio de 2017.

<sup>320</sup> Entrevista con Esther Arén por Julia Otero, “Darle un Smartphone a un niño de 10 años es como darle un coche a 200km/h”, *Onda cero*, Julia en la onda, 1 de febrero de 2016.

[Consultado en: [http://www.ondacero.es/programas/julia-en-la-onda/audios-podcast/entrevistas/esther-aren-darle-un-smartphone-a-un-nino-de-10-anos-es-como-darle-un-coche-a-200kmh\\_2016020156af95e94beb28458d26a491.html](http://www.ondacero.es/programas/julia-en-la-onda/audios-podcast/entrevistas/esther-aren-darle-un-smartphone-a-un-nino-de-10-anos-es-como-darle-un-coche-a-200kmh_2016020156af95e94beb28458d26a491.html)]. [Último acceso: 30 de abril de 2018].



capacidad de comprender e interpretar hechos o situaciones de una manera auténtica, como sólo los "ingenuos" pueden hacer.

Es importante hacerles comprender que, para construir relaciones sociales, emocionales o de comunicación, que sean reales y duraderas en el tiempo, no es necesario cambiar la propia identidad o adoptar comportamientos inapropiados a su edad y que aceleren las etapas del desarrollo psicofísico, para evitar perder esa capacidad de interpretar y comprender la realidad que poseen y que se expresa a través de un lenguaje capaz de describir y contar, en total libertad, la relación con el mundo y con las situaciones o eventos que presenta la vida.

La principal tarea de un adulto debería ser ayudar a los niños a confiar en sí mismos, en sus habilidades, para que aprendan a usar esas características de su personalidad –que son la manifestación de un “yo” auténtico, libre, objetivo y creativo y que, a través de una mirada que no necesita ningún disimulo, ninguna pretensión o truco, logran transformar lo visto en *logos*, en argumentos, pensamientos y, por supuesto, en palabras que pueden expresar el significado fundamental de las cosas y específicamente aquel “*esencial que es invisible a los ojos*”<sup>321</sup> y describirlo de tal manera que también puede ser visto por aquellos que han perdido la capacidad de ir más allá de las apariencias, de asombrarse y emocionarse por el simple hecho de haber descubierto algo nuevo.

La ingenuitas les permite a los niños, a los jóvenes y a quienes logran mantener esta característica a lo largo de sus vidas, desarrollar una capacidad hermenéutica capaz de captar aspectos de la realidad que escapan a quienes ven en las cosas, en las situaciones y en las relaciones sociales, una oportunidad para obtener beneficios que satisfacen necesidades efímeras, a menudo útiles sólo para justificar la incapacidad de actuar de manera diferente.

Centrándose en las características que se relacionan con el mundo de los jóvenes y con la ingenuidad que los define –sobre las cuales el mismo Aristóteles dedicó unos pasajes de la *Retórica*, como *argumenta* para construir discursos capaces de persuadir a la audiencia juvenil, aunque, debido a la concepción de la infancia, que en la antigua sociedad helena no gozaba de una buena reputación, esos rasgos deberían erradicarse lo antes posible, ya que podrían afectar a la estabilidad de la *polis* y los privilegios del mundo de los adultos–, es posible encontrar elementos

---

<sup>321</sup> SAINT-EXUPÉRY(de), Antoine, *El Principito*, Barcelona, Salamandra Editorial, 2015.

útiles para lograr la persuasión en las relaciones sociales y de comunicación, sin que aquella función de la ingenuidad, que he llamado económica, induzca la formulación del mensaje y del contenido hacia objetivos que impliquen una manipulación de la identidad, para obtener beneficios que generen ingresos, como hemos visto hacer, por ejemplo, por parte de manipuladores expertos, tan interesados en sacar provecho como para olvidar que explotan a niños y jóvenes en campañas publicitarias, convirtiéndolos en objetos, en máquinas de hacer dinero, en detrimento de su naturaleza sincera e ingenua.

Si consideramos la función económica como algo que puede traer beneficios en términos de eficacia comunicativo/relacional, de honestidad y objetividad en los contenidos y en la forma de transmitirlos, podríamos asegurarnos de que, esos rasgos de la personalidad –que Aristóteles consideraba sólo para ser retóricamente eficaces en captar la atención y persuadir a los jóvenes, pero éticamente inadecuados, porque podrían desarrollar actitudes contrarias a las reglas de la sociedad adultocéntrica–, a través de la que llamo *Retórica de la ingenuidad*, pueden ser tomados en cuenta por el potencial persuasivo que poseen, sobre todo si se hacen visibles en el *ethos* de la persona que los expresa, lo que facilita el proceso que conduce a la empatía con el público y, en este sentido, la persuasión se consigue a través de la ingenuidad del emisor que proporciona la confianza necesaria para la puesta en marcha de todas las relaciones de comunicación.

Además, considerando la forma en que los jóvenes se expresan y describen la realidad que, como se ha visto en apartados anteriores, resulta igualmente eficaz en términos de persuasión, podríamos realizar esa transición de los ingenuos como receptores pasivos y fácilmente manipulable, a los ingenuos como productores activos de significados auténticos y evidentes –que han sido inspirados y expresados bajo el control de la ingenuidad originaria–, y finalmente tomar en cuenta esa “herramienta” persuasiva en su totalidad, para producir contenidos de comunicación que reflejen y hagan visibles objetivamente las cosas y las situaciones, así como surgen y que, precisamente por estas razones, muestran la esencia que las define.

En este sentido, a través de las *ingenuitas* primitiva, usada como categoría retórica y como estrategia de comunicación, podríamos recurrir a ese potencial persuasivo del que hablamos, no sólo desde una perspectiva “comercial”, para anunciar productos, patrocinar campañas para recaudar fondos, para convencer a las

personas de la seriedad de una marca o cualquier otra situación que, a través de la imagen sincera e inocente de un niño, intente obtener un beneficio económico, sino más bien como una herramienta para hacer evidente, a través del lenguaje, de la argumentación y un estilo sincero, la veracidad de los contenidos de los mensajes transmitidos y de los discursos producidos.

En Retórica, *evidentia* es la capacidad de expresar “*algo, a través de palabras, de tal manera que el hecho parezca suceder y los ojos puedan verlo*”<sup>322</sup>, y en lo que llamo *Retórica de la ingenuidad*, los pensamientos, la argumentación, el lenguaje y el estilo, a través del cual se expresan, pueden hacer visible la *ingenuitas* que los ha inspirado, que se manifiesta tanto en la elección de los contenidos como en la forma en que se comparten con los demás, en el uso de estrategias lingüísticas – que se refieren a la relación con esa dimensión llamada infancia, donde, a través del juego, comenzó la primera interpretación de la realidad, dando nombres a las cosas y suponiendo soluciones para resolver problemas e incertidumbres–, que logran pintar “*con palabras una imagen de la realidad en su totalidad*”<sup>323</sup> y hacer percibir el entusiasmo y la ilusión que todavía no les ha abandonado.

La pasión y determinación que ponen en sus palabras son tan poderosas que despiertan emociones y sentimientos, precisamente porque, no teniendo más intenciones que denunciar algo que en su forma de entender la realidad, es “evidentemente” erróneo, atestiguan la veracidad del contenido del mensaje que alguien difícilmente podría negar y, gracias a las redes sociales, muchas de estas denuncias se han vuelto “virales”, justamente porque la mayoría de las personas están cansadas de escuchar falsas promesas y necesitan más autenticidad y sinceridad, algo que ya no pertenece a aquellos que siguen convencidos de que el fin justifica los medios y/o que están más interesados en el beneficio, en términos económicos, que, p.ej., la venta de armas presupone, en detrimento del bienestar y la protección psicológica y social.

Cuando un joven estudiante –durante un reciente “National School Walk Out”–, que junto con miles de sus compañeros demuestra en contra de su gobierno que, para combatir la violencia, propone el aumento en el número de armas en

---

<sup>322</sup> “*Demonstratio est, cum ita verbis res exprimitur, ut geri negotium et res ante oculos esse videatur*”. RHETORICA A HERENNIIUM, IV, 68.

<sup>323</sup> “*Est igitur unum genus, quo tota rerum imago quodam modo verbis depingitur*”. QUINTILIANO, *Institutio oratoria*, VII, 3, 63.

circulación—, dice que: “*si esta es la solución, significa que hay un problema moral y que los adultos han fallado en su proyecto político, porque el derecho a poseer un arma de asalto no excede el derecho a la vida*”<sup>324</sup>, lo hace con la única intención de hacer evidente una injusticia, sin artificios lingüísticos, con pruebas circunstanciales y argumentos que corresponden a hechos reales y que ponen de manifiesto la interpretación lógica y objetiva del problema.

“*The Adults have failed us*” —los adultos nos han fallado—, continúa el joven activista estadounidense, y estas palabras, que además marcan la distancia y la diferencia con el mundo adulto, en cuanto a los valores y más allá del conflicto generacional, demuestran sobre todo la pérdida de confianza que las generaciones más jóvenes sienten en relación con esta sociedad que no quiere escucharlos, que está convencida de tener en su bolsillo la solución a cada problema y se niega a considerar propuestas que vienen de abajo, especialmente de esa parte de la sociedad representada por los jóvenes y los ingenuos, porque son considerados “infantiles”, sin tomar en cuenta el hecho de que estos “infantes” serán los que tendrán que tomar las riendas de las sociedades futuras.

La distancia creada por la visión adultocéntrica y el individualismo de la sociedad líquida, la falta de valores compartidos, orientados al bienestar y la solidaridad, está dejando solos a los jóvenes, que se ven obligados a buscar en otra parte una guía a la que referirse y, a menudo, al no tener conciencia o las herramientas adecuadas para discriminar entre la autenticidad y el engaño, caen víctimas de un sistema que aprovecha sus ingenuitas y los empuja a adoptar comportamientos y actitudes que no les pertenecen.

A través de la que llamo *Retórica de la ingenuidad*, se intenta resaltar, por lo menos a nivel comunicativo, aquella relación especial que los ingenuos mantienen con el mundo, las cosas y con las personas y que les permite expresar la objetividad de los hechos, a través de un lenguaje capaz de permanecer “vinculado” con el argumento y la finalidad del discurso, con la misma obstinación a través de la cual los niños pretenden una respuesta y siguen hasta conseguir su objetivo.

---

<sup>324</sup> POST, Matt, Montgomery County Public Schools. El discurso se puede consultar en el sitio della NBC Washington, online en: REDACCIÓN de NBC Washington, “‘The Adults Have Failed Us’. Student Protester Says at Capitol”, *NBC Washington*: <https://www.nbcwashington.com/news/local/Montgomery-County-Maryland-Student-Speech-on-Guns-Washington-DC-476850383.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

El éxito personal no le interesa y lo demuestra el hecho de que, Severn Suzuki, Adora Svita, Malala Yousafzai, pese a haber llegado a ser un icono para la defensa de los derechos de la infancia y de la adolescencia, siguen, después de muchos años, levantando la voz y luchando por aquellos ideales en los que creían hace tiempo y que, considerado que no han encontrado una solución en la sociedad de los adultos y/o que se han acentuado, siguen preocupándose.

Por esta razón, han empezado a compartir sus propuestas desde abajo, hablando a aquellos de su generación, con la intención de empujarlos a reaccionar, haciéndoles comprender el poder que tienen en sus manos y en sus palabras, porque ellos son el futuro y hacen de sus campañas, de sus intervenciones públicas y otras cosas más, el pretexto para demostrar que no están asustados por un mundo que sigue ignorándoles y que, al contrario, reciben su fuerza desde la indiferencia y están apoyados por todas aquellas voces que –mientras que la historia, como hemos visto, ha intentado en muchas ocasiones suprimir–, ya no necesitan el permiso de alguien para hacerse escuchar y que, gracias a la red, pueden llegar a cualquier rincón del planeta en un nanosegundo.

Y esta facultad es lo que hace la diferencia, lo que permite distinguir entre el verdadero *ingenuus* –quien se centra en el problema y hace del problema y de su solución el objetivo de su discurso– y quien se sirve de la *ingenuitas* –quien se aprovecha del discurso para llamar la atención sobre su persona y su capacidad de solucionar problemas–, alejando la atención del verdadero argumento en discusión y, además, es lo que permite considerar la “ganancia” –la que presupone la función económica de la ingenuidad– en términos de autenticidad en las relaciones sociales, de objetividad y sinceridad en los contenidos de los mensajes y de eficacia lingüística y comunicativa, que logran mantener “activa” la capacidad de “pintar con palabras”, de narrar los hechos de una manera tan clara como para verlos y como si estuvieran pasando.

## **TERCERA PARTE**

Eres lo que haces, no lo que dices  
(Severn Suzuki)

**CAPÍTULO SEXTO: La niña que hizo callar al mundo durante  
seis minutos y la bloguera americana que se enfada al oír la  
palabra “infantil”.**

## 6.1 Severn Suzuki

Severn Suzuki, hija de la escritora Tara Elisabeth Cullis y del conocido genetista David Suzuki, nació en Vancouver, Canadá, en noviembre de 1979.

Trabaja como periodista y como speaker para la televisión canadiense, es escritora de libros y activista ambiental.

Carismática y obstinada desde la primera infancia, siempre dispuesta a luchar para sostener sus convicciones e ideas, a la edad de 9 años, junto a un grupo de compañeros de la escuela primaria, se convierte en el líder de la ECO (Environmental Children's Organization), una asociación de niños interesados en crear y difundir una mayor sensibilidad sobre el medio ambiente y para enseñar a otros jóvenes cómo llevar a cabo unas cuantas iniciativas relacionadas con la política ambiental.

Al cumplir los 12 años, empezó una campaña para recaudar dinero y poder asistir a la Cumbre De Medio Ambiente y Desarrollo (The Earth Summit), celebrada en Rio de Janeiro y organizadas por la ONU.

En junio de 1992, junto a un grupo de “delegados”, representantes de la ECO, se desplaza desde Canadá hasta Brasil, donde pronuncia un impactante discurso sobre cuestiones ambientales desde la perspectiva de los jóvenes, y por esto, llegó a ser conocida en todo el mundo, gracias a la difusión viral que tuvo el vídeo de su discurso, como la *“niña que hizo callar al mundo durante seis minutos”*.

Severn Suzuki, entonces sólo doceañera, tuvo una capacidad de argumentar digna de un gran orador y llegó a silenciar al mundo, con un monólogo que duró poco más de seis minutos.

No llegó a acusar directamente a nadie y se centró, principalmente, en exponer el punto de vista de un ciudadano como otros, que conducía a una demanda de un mundo mejor.

Aquella niña canadiense, a través de un micrófono y de la manera más ingenua y más pura posible, pidió a los representantes de las Naciones Unidas el por qué los adultos, que enseñan a los niños a ser generosos y solidarios, siguen haciendo guerras y no utilizan esas fuerzas y ese dinero para alimentar a aquellos que no comen.



La inocencia, la ingenuidad de un niño, como se sabe, es capaz de ser mucho más convincente que cualquier estrategia y planificación de un adulto.

*“Tengo miedo de salir al sol porque hay agujeros de ozono. Tengo miedo de respirar el aire porque no sé qué sustancias químicas hay en él”*<sup>325</sup>, exteriorizaba así sus ansiedades y sus pensamientos.

Llegó a pedir a todos ellos que, al no saber cómo solucionar este problema, que dejaran, por lo menos de destruir el planeta.

No saben cómo arreglar los agujeros en nuestra capa de ozono. No saben cómo devolver los salmones a aguas no contaminadas. No saben cómo resucitar un animal extinto. Y no pueden recuperar los bosques, que un día talaron y que antes crecían donde ahora hay desiertos<sup>326</sup>.

El discurso terminó con un largo aplauso de los presentes. Y... ¿Luego?

Todo el mundo ha vuelto a ocuparse de sus propios negocios, los “poderosos” presentes en aquella cumbre probablemente siguen aplaudiendo y desarrollando sus propios *business*, antes que los de los demás, y de las palabras de la pequeña Severn, que siguen siendo actuales y pertinentes, se quedó sólo el recuerdo, porque, a fin de cuentas, nada parece ser cambiado y el problema, a lo mejor, sólo ha empeorado.

En realidad, el deseo de esta joven activista canadiense de empujar a la ONU a cambiar de repente sus planes y su política ecológica no llegó a cumplirse, por el hecho de que las condiciones de nuestro ecosistema no mejoraron.

Pero sí que alcanzó a instalar la duda y aquel discurso provocó bastante sorpresa en un contexto de poder, que todavía no estaba y no está listo para escuchar palabras tan incisivas y verdaderas.

A pesar de la sencillez y de la ingenuidad, típicas de una niña de doce años, su *logos* llegó a emocionar a un público que, probablemente se quedó desplazado y sin palabras frente a una presentación tan realista y detallada de una situación que necesitaba una resolución.

---

<sup>325</sup> SUZUKI, Severn, *Anexos*, p. 327.

<sup>326</sup> *Ibídem*, p. 328.

Sin embargo, fue un discurso que recibió los aplausos de toda la audiencia y aún de aquellos que no presenciaron directamente aquel acto y que pudieron conocerlo a través de los medios de comunicación que difundieron el vídeo de su performance en la red, haciendo que millones de cibernautas lo oyeran y que sigue siendo uno de los links más visitado en *YouTube*<sup>327</sup>, con más de 11 millones de visualizaciones.

¿Por qué, entonces, ha habido muy pocos avances para resolver el problema? ¿Por qué, después de todo, un error reparado se sustituye por un desastre similar o peor? La razón es simple: los adultos carecen del sentido de la previsión.

Ellos saben cómo hablar, escuchar y planificar, pero, cuando llega el momento de poner en práctica las acciones para implementar el plan, si no tienen un beneficio a corto plazo, prefieren diferirlo en el tiempo y llegan, a menudo, a olvidarlo.

Entre los niños y los chicos jóvenes esto no pasa y cuando toman a pecho una cuestión, tratan de llegar hasta el final, con o sin la ayuda de los adultos.

La misma Severn ha mantenido la promesa que hizo en la ECO y hoy en día sigue con su lucha por la condición del planeta, con su trabajo de periodista, escritora y presentadora de televisión.

Ya no es “*la niña que hizo callar el mundo*”, sino una mujer y una madre que intenta enseñar a su hijo el optimismo y la necesidad de atribuir el mismo valor a la lucha contra las injusticias y el daño causado a las generaciones futuras, como a aquellas batallas para la sostenibilidad del planeta.

Desde aquel día, en el que se calló el mundo, como afirma en una entrevista con la prensa italiana del *Corriere della Sera*, recuerda su deseo de llegar a captar la benevolencia de los líderes del mundo, pensando que sus palabras los habrían empujado a utilizar su poder para cambiar el curso de los eventos:

At the time I was twelve years old, and I believed that if we could just get the political leaders to listen, they would use their power to change the course of our world! I believed that if they were reminded of their own children, they would make better decisions. Of course, I was idealistic<sup>328</sup>.

---

<sup>327</sup> Véase: *Anexos*, p. 330.

<sup>328</sup> “En aquel entonces, yo tenía 12 años y pensé que, al capturar la atención de los líderes mundiales, usarían su poder para cambiar el curso de la humanidad. Creí que pensarían en sus hijos antes de tomar decisiones importantes. Yo era un idealista”. Entrevista con Severn Suzuki, por Gabetti, Cristina, en: “Sette”, semanal de *Corriere della Sera*, 21 de abril de 2011. La entrevista íntegra en italiano y en inglés

Era la ingenuidad de una niña que pedía soluciones inmediatas a un problema circunstancial que ponía en peligro su derecho a vivir en un entorno protegido y agradable, que todavía no llegó a alcanzar un cambio de rumbo.

In the 19 years since the Earth summit in 1992, I have been an activist, television host, writer, and gotten an education. But the most powerful thing that I have done remains the speech I gave when I was 12<sup>329</sup>.

La ingenuidad –la que llamo cronológica–, la que en aquel entonces empujó a Severn a enfrentarse al mundo de los adultos y que transformó su experiencia y su actitud en la manifestación de un *ethos* tan creíble y sincero como para hacer parar el mundo para reflexionar o, por lo menos, para empezar a hacerlo, acerca de un problema que pertenece al futuro de las nuevas generaciones, aunque no haya logrado que aumentara la atención hacia la voz de los jóvenes y sus propuestas para solucionar problemas, ha permanecido en su personalidad, transformándose en sabiduría –la que llamo ingenuidad alcanzada–, la que le permite individuar, después de muchos años, la solución frente al inmovilismo de los adultos, en la fuerza de las ideas, los pensamientos y las palabras de los jóvenes.

I think it has to do with what the world did and still desperately needs: we need youth to speak truth to power. Youth, those with everything to lose, have a powerful message of conscience to deliver to those living as if the future doesn't matter. We need them to stand up and challenge our leaders on intergenerational injustice<sup>330</sup>.

---

es consultable en: <http://www.cristinagabetti.com/articoli/versione-integrale-dellintervista-a-severn-cullis-suzuki-pubblicata-oggi-su-sette-corriere-della-sera/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>329</sup> “En los 19 años desde la cumbre de la Tierra en 1992, he sido activista, participé en programas de televisión, fui escritora y he mejorado mi educación. Pero lo más poderoso que he hecho sigue siendo el discurso que di cuando tenía 12 años”, *Ibidem*.

<sup>330</sup> “Creo que tiene que ver con lo que, en el mundo, hoy como entonces, se necesita más: la voz de los jóvenes, su verdad. Los jóvenes, que tienen todo que perder, tienen un poderoso mensaje para entregar a quienes viven como si el futuro no les concerniera. Necesitan tomar la palabra y desafiar a los líderes mundiales a enfrentar la injusticia intergeneracional”, *Ibidem*.

## 6.2 La fuerza de su discurso ante los grandes del mundo

La argumentación rompe el contexto espacial y sorprende a los espectadores que por otra parte siendo jueces posibles que deban actuar o tomar una decisión, ni actuaron ni la tomaron.

La ingenuidad de la pequeña Severn Suzuki y su discurso –salvando las distancias muy cercano al arranque emotivo del *I have a dream* de Martin Luther King– nos sitúan por diferentes caminos y con propósitos distintos en una retórica del *pathos*, de la emoción que realmente “toca” al auditorio siguiendo las reflexiones de Aristóteles en su *Retórica*<sup>331</sup>.

Desde el punto de vista retórico, el discurso de Severn tiene como objetivo el de exhortar a los oyentes a modificar sus actitudes frente a la situación del medio ambiente y disuadirlos de continuar con su inmovilidad y falta de iniciativas útiles para salvar el mundo.

Es un discurso de género *deliberativo*, donde se defiende una idea y se intenta convencer a la audiencia de la necesidad de un cambio radical para llegar a conseguir la *felicitas* futura.

El mensaje debe ser eficaz para llegar a despertar las conciencias y por eso recurre a mecanismos argumentativos y sentimentales para sustentar la causa.

Lo llamativo y la efectividad retórica en el discurso de la pequeña activista canadiense es ella misma, es su ingenuidad de niña, que le permite creer que todo puede suceder, incluso que los “poderosos” del mundo puedan escucharla y modificar sus posiciones y realizar su sueño y el de todos los niños, que es vivir en un mundo mejor.

Sus simples palabras se han convertido, en efecto, en proyectiles que impactaron en el corazón de los poderosos; las cuestiones avanzadas en el curso de su argumentación, a veces sencillas e infantiles, revelan toda la fuerza que las palabras, con las que son formuladas, poseen cuando al pronunciarlas son niños “enfadados”. Son términos que no subyacen a la mediación cultural ni a las convenciones sociales: son la expresión de la ira que sale del corazón y se manifiesta en toda su naturaleza y pureza, así como sólo un niño puede hacer.

---

<sup>331</sup> FERNANDÉZ RODRÍGUEZ, María Amelia, *art. cit.*, 2010.

Severn estaba enfadada, porque lo “grandes”, los “adultos” estaban arruinando el mundo, consumiendo los recursos, contaminando las aguas, perforando la capa de ozono y dejando extinguir las especies animales.

Ella quería vivir en ese mundo y no estaba dispuesta a tolerar más la indiferencia de los “poderosos”, frente a las acciones destructivas de los adultos y por este motivo a ellos se lo ha dicho.

El discurso de Severn fue uno de los primeros discursos “globales”, pronunciado por una menor de edad y gracias a los medios de comunicación fue posible “participar” emocionalmente, aunque de manera indirecta, en la puesta en escena y sentirse así más involucrado gracias a las imágenes que lo acompañan. En realidad, la última palabra la tuvo quien decidió sobre la composición de las imágenes en la *actio* y que unidas al discurso hicieron callar el mundo.

Lo que el discurso estimula son las pasiones cercanas al temor y a la vergüenza, palabras convenientemente subrayadas por la realización televisiva subrayando en todo momento la reacción del público y demostrando, en definitiva, que el verdadero persuasor – tratándose de medios de comunicación – es quién decide como serán mostradas las imágenes<sup>332</sup>.

No se puede negar el hecho de que este discurso tuvo una resonancia planetaria, llegó a cada rincón del mundo y de allí surgió una red de seguidores, que, si hubiera existido *Facebook*, habría coleccionado un montón de *I like*, una manera de confirmar los efectos potenciados de la poliacroásis, por la difusión que consiguió en la red.

El discurso, pronunciado por la pequeña Severn, fue adaptado a nuevos canales y, gracias a los medios de comunicación, pudo ser difundido casi instantáneamente, en el acto de su pronunciación.

Pero, no fueron sólo las palabras las que lograron persuadir a la audiencia, sino la grabación y las imágenes que las acompañaban y que, junto al texto pronunciado –que ya no es lo importante–, hizo pasar la idea que pudiera existir alguien capaz de hacer callar el mundo, sin prestar ningún interés a quién lo pronunció, para quién y por qué lo dijo:

---

<sup>332</sup> *Ibidem*.

lo que sigue importando no es el mensaje en sí, sino la resonancia que tiene para el receptor profundamente influido por la imagen y el mensaje que explica la interacción de los internautas; es la niña que hizo callar al mundo<sup>333</sup>

.

Es gracias a la “presencia física” de los delegados al acontecimiento en Brasil que las palabras cumplieron con su deber, que es tocar las cuerdas de los sentimientos; es a través de aquellas que el *pathos* puede expresarse en su autenticidad y hacer que la relación entre el emisor y el receptor se fortalezca y consiga que los oyentes se dejen persuadir.

---

<sup>333</sup> *Ibídem.*

## 6.3 Adora Svitak

Adora Svitak es una joven activista estadounidense, nacida en 1997, más conocida como *Child prodigy*, una niña prodigio, por sus habilidades en la escritura y que llegó a ser conocida y apreciada por el público, a partir de los seis años.

Desde siempre fascinada por los libros, tras aprender la técnica de la escritura, empezó a jugar con las palabras –descubriendo lo que se puede hacer *con* y *a través* del *logos*– y a los siete años ya había escrito más de 250.000 palabras, en forma de poemas, cuentos y observaciones sobre el mundo.

Entre sus capacidades, poder leer dos o tres libros al día, digitar entre las 80 y las 120 palabras cada minuto y escribir alrededor de 100 cuentos o poesías cada año, sin constricción alguna, encontrando la inspiración en sí misma, por el gusto de poderlo hacer y para difundir su pasión por la literatura.

Fue la “maestra” más joven del mundo y cada mañana salía con su madre, para ir a la escuela primaria, pero no como alumna, sino como profesora.

Su genialidad empezó a ser reconocida en todos los Estados Unidos, cuando a la edad de siete años, participó en la transmisión televisiva *Good morning America* y publicó su novela *Flying fingers*, un libro para padres e hijos, que vendió más de 10.000 copias.

Por cierto, mucho de su éxito se debe al contexto en el que se crió, un lugar intelectual y socialmente estimulante, seguramente brillante y que llegó a condicionar de forma positiva el desarrollo de su personalidad.

Un padre ingeniero informático, una hermana mayor –un músico muy dotado– y una madre –crecida en la China de la Revolución Cultural con la imposibilidad de consultar libros–, que decidió que, lo mejor para sus hijas era no frecuentar una escuela pública, estableciendo que aprendiesen a través de una educación doméstica.

Está bien, no nos pidieron que fuésemos doctores o abogados o nada por el estilo, pero mi papá nos leía sobre Aristóteles y los primeros Cazadores de Microbios mientras que muchos niños escuchaban “Las ruedas del camión

girando van”. También nos leían ese, pero "Cazadores de Microbios" es mucho mejor<sup>334</sup>.

Su casa en Redmond, en el estado de Washington, se convirtió en un laboratorio literario y también en estudio televisivo, desde el que, cada día, tenía videoconferencias para niños, adultos y profesores.

Con el pasar del tiempo, se ha convertido en una activista por el feminismo, por una política liberal y se ha involucrado en campañas para la defensa de los derechos de los jóvenes, continuando también en publicar libros y pronunciar discursos, disfrutando de su talante y de su asombroso dominio en el ámbito comunicativo, tanto como para ser definida como una de las “30 Top Thinker Under 30”<sup>335</sup>, en el año 2014.

La cuestión del empoderamiento de los jóvenes ha tomado forma en los discursos y en todas las ocasiones, en las que Adora tuvo la oportunidad de hablar en público y organizar eventos, donde también ayudó a la audiencia adulta a comprender la importancia de aprender de los niños y los jóvenes, tanto en los contextos de educación, como en la vida diaria.

Todos sus discursos reflejan, por un lado, la energía de una joven, que habla frente a otros jóvenes, presentando los argumentos con modalidades expresivas y estrategias comunicativas que el público comparte con facilidad, por estar acostumbrado a un “estilo” comunicativo nacido y desarrollado en las redes sociales, a través de la herramienta informática y de los canales digitales, y fortalecen la imagen de la joven oradora, reconociendo además en su carácter todos aquellos aspectos que lo hacen sincero, abierto y “dialogante”, quizás por el hecho de que haya transformado el “conflicto” generacional con su madre en el estímulo para profundizar y perfeccionar sus habilidades argumentativas y dialógicas.

My mom and I have disagreed a lot starting in my early childhood, but that just meant that she was probably my first debate teacher..., [...] and has been crucial in helping me accomplish my goals <sup>336</sup>.

---

<sup>334</sup> SVITAK, Adora, *Anexos*, p. 334.

<sup>335</sup> ANDREWS, Avital, “The 30 Top Thinkers Under 30: The Aspiring Princess Who Wants to See Major Changes in America's Education System”, *Pacific Standard Magazine*, 29 de abril de 2014, online en: <https://psmag.com/education/30-top-thinkers-30-aspiring-princess-wants-see-major-changes-americas-education-system-77619> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>336</sup> “Mi madre y yo, siempre hemos estado muy en desacuerdo desde que era pequeña, pero eso solo significaba que probablemente fue mi primera maestra de debate y ha sido crucial para ayudarme a lograr



Por otro lado, transmiten su conocimientos y su pasión por la Literatura, en particular, y por todos los problemas que están relacionados con la alfabetización de los menores, el hambre y la pobreza, la desigualdad y la violencia de género, insistiendo en la necesidad de prestar más atención a la voz de la generación más joven, porque siempre tienen algo nuevo que decir, porque son creativos y afortunadamente aún son libres de imaginar que hay una solución a los problemas que los preocupan y que los adultos no quieren ver.

El aprendizaje entre adultos y niños debería ser recíproco. Lamentablemente, la realidad es un poco distinta, y tiene mucho que ver con la confianza, o la falta de ella<sup>337</sup>. [...] La meta no es transformar a los niños en adultos como ustedes, sino en mejores adultos de los que ustedes han sido, lo que podría ser un desafío considerando sus antecedentes<sup>338</sup>.

Una “ingenuidad académica” la de Adora, un talento, en parte natural y en parte construido en un entorno social y familiar estimulante, que le ha transmitido una capacidad de uso del lenguaje asombrosa, una facilidad en la exposición, un uso profesional de la palabra y de sus funciones en la comunicación.

Adora es una “*digital native*”<sup>339</sup>, por el hecho de haber nacido en la época digital y todo el desarrollo de su personalidad fue acompañado por un ordenador, lo que le facilitó el conocimiento y el manejo del medio.

Su audiencia está casi totalmente compuesta por nativos digitales y por este motivo le resulta muy sencillo llegar a ellos y convencerlos.

La voz de esta niña es tan potente y persuasiva que se ha transformado en una voz de los jóvenes de la generación digital.

Es más eficaz, porque utiliza comunicaciones rápidas, multiplicando el efecto de sus apelaciones y puede llegar allí, donde no ha logrado llegar la política, la sociedad, un líder o el mundo de los adultos en general.

---

mis objetivos”. *Ibidem*.

<sup>337</sup> SVITAK, Adora, *Anexos*, p. 333.

<sup>338</sup> *Ibidem*, p. 335.

<sup>339</sup> Véase: Prensky, Marc, “Digital Natives, Digital Immigrants”, *art. cit.*, 2001, Vol. 9, núm. 5, pp. 1-6.

Su discurso a la TED<sup>340</sup> Conference de 2010 –que recibió más de 3,3 millones de visitas sólo en la plataforma TED y que se ha traducido a más de 40 idiomas diferentes–, es un discurso de género *deliberativo* que, ya desde el *insinuat*io del exordium, manifiesta la fuerza de la pequeña oradora, desarrollándose a través de una argumentación llena de pruebas, de preguntas retóricas, de explicaciones para sostener la *utilitas* de la causa, como de imágenes, vídeos y todos los aspectos no verbales que amplifican la transmisión del mensaje.

A pesar de utilizar un léxico asombroso y una riqueza de vocabulario impresionante, la actitud que permanece es la de una niña que pide explicaciones sobre hechos que no entiende, que expresa desaprobación y que cuando se toma a pecho una cuestión, trata de llegar hasta el final.

---

<sup>340</sup> La TED es una comunidad global, que se dirige a personas de todas las disciplinas y culturas, que buscan una comprensión más profunda del mundo. TED comenzó en 1984, como una conferencia en la que convergieron Tecnología, Entretenimiento y Diseño, y hoy abarca casi todos los temas - desde la ciencia a los negocios a los problemas globales, en más de 100 idiomas. Después de su charla en 2010, Adora comenzó a organizar un evento totalmente dirigido por jóvenes: TEDxRedmond (TEDx= evento TED independiente), donde continuaría como directora y responsable de la organización, en la que el 100% de los oradores tenían menos de 20 años, hasta 2013. La difusión de los eventos TEDx están diseñados principalmente para estimular el diálogo y para compartir ideas entre las comunidades juveniles de todo el mundo. [Consultado en: [www.ted.com](http://www.ted.com)]. [Último acceso: 30 de abril de 2018].

Un niño, un maestro, un libro y un lápiz pueden cambiar el mundo  
(Malala Yousafzai)

## **CAPÍTULO SÉPTIMO: La niña vestida de rosa**

## 7.1 ¿Quién es la niña vestida de rosa?

Lleva un vestido rosa caramelo y el chal de *Benazir Bhutto*; es el día de su cumpleaños y en lugar de estar excitada y emocionada por los preparativos de la fiesta con sus amigas, se está preparando para entrar en el Gran Salón del Palacio de las Naciones Unidas, donde está a punto de pronunciar un discurso frente al presidente *Ban Ki-moon* y a la Asamblea de la ONU.

Parece tranquila y sonriente, muestra una actitud segura como si fuera un “hábil orador”, a pesar de tener sólo dieciséis años.

El día 9 de octubre de 2012, Malala Yousafzai, junto a sus compañeras, se encuentra en el autobús de vuelta a casa después de haber asistido a clase.

De repente, un hombre sale y dispara tres proyectiles: uno de estos la golpea y la deja casi sin vida: tiene quince años y la culpa de haber gritado al mundo, desde pequeña, su deseo de estudiar.

Pero Malala no muere y llega a ser el icono de las mujeres que luchan por el derecho a la educación hasta conseguir el Premio Nobel de la Paz en 2014.

*“He nacido en un país creado a medianoche y casi me muero cuando apenas sonó el mediodía”*<sup>341</sup>.

Nacida en 1997 en Mingora, una pequeña aldea pastún en el norte de Pakistán, pasa su infancia en el valle del Swat, un lugar conocido por ser el refugio de los talibanes paquistaníes y sobre todo porque fue allí donde Osama Bin Laden vivió a escondidas.

La vida de Malala, como la de la mayoría de los niños y de las niñas de aquella región, se desarrolla entre la inestabilidad política, la dictadura militar anterior y a continuación la de los talibanes y los bombardeos aéreos de Estados Unidos, a partir de 2011.

Sin embargo, su infancia queda marcada por dos figuras, en particular la de su padre, un maestro, titular de once edificios escolares:

La instrucción para él era un gran regalo. Estaba convencido de que en la raíz de todos los problemas de Pakistán estaba la ignorancia, que llevó a la gente a

---

<sup>341</sup> YOUSAFZAI, Malala – LAMB Christina, *Io sono Malala*, Milano, Garzanti, 2013, p. 9.

elegir y reelegir a malos administradores y pensaba que la escuela debería estar disponible para todos, ricos y pobres, hombres y mujeres”<sup>342</sup>.

La otra persona que, aunque de forma indirecta, ha inspirado su actividad en defensa de los derechos de las mujeres, ha sido Benazir Bhutto, asesinada en 2007 y que fue Primera Ministra de Pakistán en dos ocasiones.

Lo que ha influido de forma significativa en la formación de la personalidad de esta niña ha sido, sobre todo, el contexto en el que se ha formado.

Por un lado, debido a la dictadura, hostil a su necesidad de comunicar todos los abusos, las violaciones de la ley y la libertad de expresión; por otro lado, a favor de esta necesidad de hablar y denunciar, que ha aprendido gracias a la obstinación de un padre tartamudo, que confiaba en el poder persuasivo de la palabra, que le enseñó a confiar en sí misma y a creer en las razones por las que luchaba, que no estar de acuerdo con las ideas, las ideologías no era algo malo y, sobre todo, que le enseñó a ser libre:

Yo leía Anna Karenina y las novelas de Jane Austen y creía en las palabras de mi padre, cuando me decía: Malala eres libre como un pájaro[...]Yo estoy aquí para defender tu libertad, Malala, sigue cultivando tus sueños<sup>343</sup>.

En la región de Swat, donde nació, las mujeres no ejercen derecho al voto, no pueden salir solas de sus casas y si van a la escuela son llamadas “ovejas o búfalas” y sometidas, a menudo, a amenazas violentas.

Sin embargo, a pesar de ese entorno social bastante hostil, Malala crece en una familia libre, donde jamás le obligaron a cubrirse el rostro para salir; una familia, en la que respirar diariamente un aire de respeto y sobre todo que ha considerado fundamentales la comunicación y el intercambio de ideas y que le ha enseñado a explicarlas y defenderlas, frente a los que piensan que el único instrumento posible de persuasión es la potencia de las armas respecto a la de la palabra.

La pluma es más poderosa que la espada, porque a través de las palabras escritas por una pluma se puede conseguir que la mayoría de las personas piensen, mientras

---

<sup>342</sup> *Ibidem*, p. 41.

<sup>343</sup> *Ibidem*, p. 63.

que, a través de la espada no se tiene el tiempo para pensar y cuando se empieza a dar un golpe no es fácil parar.

Malala ha aprendido a lo largo de toda su infancia a utilizar la palabra como instrumento de persuasión a través de discursos e intervenciones públicas, que empezó desde pequeña, a través de su blog y parece haber llegado a dominar esta importante herramienta comunicativa y a conocer las estrategias para conducir al receptor a la comprensión del mensaje y a la reacción frente a éste, sea de aprobación o no.

Esta niña ha desarrollado y sigue manteniendo una capacidad comunicativa notable y, aunque vaya trayendo de la red las estrategias argumentativas y comunicativas que se están desarrollando para aquel contexto, se expresa a través de un lenguaje eficaz, correcto, claro y coherente, sin caer en el asesinato de la ortografía, ni participando en la masacre de la sintaxis, lo que les ha pasado a muchos blogueros y presuntos comunicadores.

El *blog* representa el lugar en el que identidad y lenguaje juegan un rol importante y central y donde se pueden observar y analizar esos aspectos a través de los textos que se comparten: es como un escaparate virtual, donde el *blogger* se presenta *online*, para expresar sus emociones y hacer visible esta dimensión de la identidad. Malala, por cuestiones de seguridad, fue una “identidad anónima” en la red y, a pesar de operar en un contexto seguramente poco favorable para ella, llegó todavía a hacer conocer la situación de la vida bajo el control de los talibanes.

Su blog<sup>344</sup>, publicado en *urdu* por la cadena televisiva BBC, es la narración sincera y auténtica de una niña que quiere poder estudiar y que se pone como objetivo el fomento de la educación, sobre todo para las niñas.

Tenía sólo 11 años, cuando con su diario anónimo cautivó el público, escribiendo, bajo el seudónimo de *Gul Makai* –la heroína de un cuento popular pastún–, llegando a molestar mucho a los talibanes, que estaban a punto de prohibir la escuela a las niñas. “Tenía dos opciones: una era callarme y esperar a que me matasen; la otra, hablar alto y que me matasen. Decidí hablar alto”<sup>345</sup>.

---

<sup>344</sup> Para el blog de Malala, véase: REDACCIÓN de BBC News, “Diary of a Pakistani schoolgirl”. Online en: [http://news.bbc.co.uk/2/hi/south\\_asia/7834402.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/south_asia/7834402.stm) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>345</sup> LOMANA, Gloria, “La portentosa voz de Malala”, *El país*, 14 de abril de 2018. Online en: [https://elpais.com/elpais/2018/04/13/opinion/1523619024\\_399425.html](https://elpais.com/elpais/2018/04/13/opinion/1523619024_399425.html) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

La pequeña bloguera documentó la ansiedad que ella y sus amigas sentían al ver a los estudiantes abandonar las clases –por el miedo de ser fichados por los talibanes– y como las niñas comenzaron a asistir a la escuela sin uniforme, por no llamar a la atención.

Lo hizo como puede hacerlo un niño que, al no comprender las razones de la prohibición, por ejemplo, se queja e interpreta una frase del adulto en la dirección que más le conviene o juega sobre la ambigüedad del lenguaje.

La exposición de sus denuncias ha ido creciendo y mejorando con el tiempo y se ha enriquecido con un lenguaje ponderado y una estructuración del texto, capaz de llegar a la audiencia, presente directamente o mediante la red, y persuadirla e incluso convencerla.

## 7.2 Análisis retórico del discurso pronunciado ante la ONU

Desde el punto de vista retórico, el discurso de Malala Yousafzai posee una serie de características que lo hacen atractivo.

Sus palabras, en defensa de sus ideas, mantienen viva la relación entre *pathos* y *ethos* y hacen que el público se ponga en pie.

Es un discurso de género *deliberativo*, preparado con el propósito de influir, persuadir a la futura decisión de los oyentes, pronunciado con estilo noble –el *genus sublime*–, el que se utiliza para mover el ánimo, delante de una asamblea, donde coexisten hombres y mujeres que deben tomar decisiones y adoptar posiciones sobre el tema que se expone y otros no.

Es un discurso donde se manifiesta lo que Tomás Albaladejo llama *poliacroásis* – como se ha comentado en la “Introducción” a esta tesis doctoral–, una forma de “*audición e interpretación plurales de un discurso retórico*”<sup>346</sup>.

[...]La poliacroásis puede ser aplicada a la comunicación en general, en la que diversas formas comunicativas como, por ejemplo, las propias de la radio y la televisión o las de la publicidad pueden ser estudiadas desde la perspectiva teórico-analítica de la poliacroásis, pero también hay que tenerla en cuenta a propósito del diálogo en el que participan varias personas, siempre que una de ellas habla y las otras la escuchan, se está produciendo poliacroásis<sup>347</sup>.

El concepto de poliacroásis, típico de la comunicación oral, se aplica también a la comunicación escrita o, mejor dicho, al estudio de la recepción auditiva, sobre todo en los casos en que “*la recepción del texto y la comunicación oral en la que está integrada son objeto de representación literaria*”<sup>348</sup>.

En la recepción e interpretación de un discurso por diferentes oyentes – donde cada uno de ellos recibe e interpreta el mensaje a través de sus propias convicciones, ideología, pensamientos políticos y sociales– se produce esta audición plural, que se relaciona con el aspecto oral del discurso que es comunicado, pero también

---

346 ALBALADEJO, Tomás, “La poliacroásis en la representación literaria: un componente de la Retórica cultural”, *art. cit.*, 2009, p. 1.

347 *Ibidem*, p. 2.

348 *Ibidem*, p. 5.



pronunciado por un emisor y que es interpretado por los receptores “*que están situados en una posición de auralidad, de recepción del discurso, que es oído por ellos*”<sup>349</sup>, teniendo en cuenta la *aurality*, la auralidad, como “*audición compartida de textos escritos y que combina aspectos de la oralidad y la alfabetización*”<sup>350</sup>.

En términos teóricos, empezamos con el observar el discurso a través de la perspectiva de la *intellectio*, es decir, de ese conocimiento que debe poseerse de las cosas de las que se va a tratar en el discurso.

La *intellectio* supone una especie de conocimiento panorámico de la causa, los contenidos y además del receptor y del contexto en el que se desarrolla el discurso—*user-content-context*, el “hecho retórico”, como lo llama el profesor Albaladejo—, y es el presupuesto para que intervenga la *inventio*, el “hallazgo de las ideas”.

La *noesis* nos permite una comprensión de la situación comunicativa, nos presenta a quién vamos a hablar, los idiomas que habla; es el momento en el que empieza este proceso “productivo/generativo” que abrirá sus puertas a la *inventio*.

Para Malala, ese conocimiento correspondería a la etapa que precede al discurso que pronunciará, a las experiencias pasadas antes y después del ataque, a las expectativas de su audiencia, a los contenidos de las argumentaciones que buscan lograr la *benevolentia* de los oyentes.

Esto es lo que pasa en la *dispositio*, donde estructuramos y organizamos nuestro material según un *ordo naturalis* o *artificialis*, donde disponemos los argumentos, donde empezamos a dar una estructura al discurso, según sus componentes.

En el *exordium* de su discurso, Malala pone atención en la poliacroásis, al dirigirse a cada uno de los que deberán tomar decisiones, a los que más adelante se dirige también con la mirada en la *actio/pronuntiatio* y lo hace sin perder de vista su objetivo, que no es llamar la atención sobre ella y sobre su *performance*, sino el de no dejar que los contenidos de su discurso se queden en un rincón olvidado.

Este aspecto es lo que hace la diferencia, lo que permite distinguir entre el verdadero *ingenuus* —quien se centra en el problema y hace del problema y de su solución el objetivo de su discurso— y quien se sirve de la *ingenuitas* —quien se aprovecha del discurso para llamar la atención sobre su persona y su capacidad de solucionar problemas—, alejando la atención sobre el verdadero problema.

---

349 ALBALADEJO, Tomás, *op. cit.*, 2009, pp. 39-58.

350 COLEMAN Joyce, “Aurality”, en: STROHM Paul, (Ed.) *Middle English*, New York, Oxford University Press, 2007, pp. 68-69.

Por esta razón, después de agradecer a los presentes, la niña vestida de rosa, a través de una *excusatio propter infirmitatem* –una reducción deliberada de su persona y de su historia–, intenta llevar la discusión a su propósito, que es el de convencer de la necesidad de la lucha contra el analfabetismo, sobre todo el femenino, de la instrucción y de la educación para todos, *captando la benevolentia* del público, la aprobación de los oyentes, *delectando* y *movendo* el ánimo del receptor.

El Día de Malala no es mi día. Hoy es el día de cada mujer, de cada niño y de cada niña que han levantado su voz por sus derechos [...] Hablo, no por mí, sino por todos los niños y niñas. Yo levanto mi voz, no lo que yo puedo gritar, sino para que los sin voz puedan ser oídos<sup>351</sup>.

A lo largo de su *exordium*, Malala, con el fin de matizar y convencer a su público acerca de la urgencia de encontrar situaciones, utiliza diversos instrumentos persuasivos, todos relacionadas con *ethos*, *pathos* y *logos*.

El *ethos* de la niña se manifiesta en ser una joven valiente que vivió y sufrió en su piel un ataque terrorista y se fortalece al escuchar como describe las paradójicas consecuencias “positivas” que siguieron al disparo.

Ellos pensaron que las balas nos harían callar. Pero ellos fallaron. Y después de aquel silencio vinieron miles de voces. Los terroristas pensaron que ellos cambiarían nuestros objetivos y pararían nuestras ambiciones, pero nada ha cambiado en mi vida excepto esto: la debilidad, el miedo y la falta de esperanza murieron, la fuerza, el poder y el coraje nacieron. Yo soy la misma Malala. Mis ambiciones son las mismas. Mis esperanzas son las mismas. Mis sueños son los mismos<sup>352</sup>.

Al mismo tiempo, desde la *paradoja*, surge un mensaje, donde el *pathos* juega un papel importante para la persuasión: establece un acuerdo con los oyentes a través de su historia, del conocimiento de lo que realmente sucede y de como viven las personas sin acceso a la educación, del recurso a *lugares comunes* como la vida, la

---

<sup>351</sup> YOUSAFZAI, Malala, *Anexos*, p. 337.

<sup>352</sup> *Ibídem*, p. 338.

muerte, el perdón y el amor que le permite la construcción de argumentos centrados en el desarrollo de los derechos humanos y en lo que uno cree y hace.

Tampoco debo aquí hablar en términos de venganza personal contra los talibanes o cualquier otro grupo de terroristas. Debo aquí hablar por encima de todo del derecho a la educación de cada niño. Quiero la educación para los hijos y las hijas de todos los extremistas sobre todo del Talibán<sup>353</sup>.

En este punto del discurso, el mensaje afecta profunda y considerablemente y desplaza al público, arrastrándolo hasta el nivel más alto del razonamiento, al escuchar que también los hijos de los talibanes, aquellos mismos que le dispararon en la cabeza, tienen el derecho a la educación.

Sin embargo, es cuando la audiencia está convencida de haber alcanzado el punto máximo de la emoción, que la niña vestida de rosa no se detiene, subiendo el nivel emotivo y empujando aún más el *pathos*, lo que le permite, recurriendo a un *anticlímax*, transportar a los oyentes desde Mahoma a Jesucristo y a Buda –la divina misericordia sobrenatural–, a los hombres y las mujeres que han sido héroes en su vida terrena, los que han pagado por sus ideas y sus luchas –la heroica misericordia terrenal–, y llegar a la cotidiana enseñanza de los padres de una niña, cuya cabeza fue atravesada por un proyectil de un fanático adoctrinado, que ni siquiera sabía leer ni escribir, convencido de conocer la verdad y tener el derecho a decidir sobre la vida de los demás.

Ni siquiera odio al talibán que me disparó. Incluso si tuviera un arma en la mano y estuviera de pie frente a mí, yo no le dispararía. Esta es la compasión que he aprendido de Mahoma, el profeta de la misericordia, Jesucristo y Buda. Este es el legado de cambio que he heredado de Martin Luther King, Nelson Mandela y Mohammed Ali Jinnah. Esta es la filosofía de la no violencia que he aprendido de Gandhi, Bacha Khan y la Madre Teresa. Y este es el perdón que he aprendido (a dar) de mi padre y de mi madre. Esto es lo que mi alma me dice, ser pacífica y amar a cada uno.<sup>354</sup>.

---

<sup>353</sup> *Ibidem*, p. 338.

<sup>354</sup> *Ibidem*.

La exposición de los hechos en la *narratio*, para *docere*, sigue un orden cronológico a partir de los que conforman la causa y tiene una especie de función preparatoria para el despliegue de la argumentación.

A través de la *argumentatio*, Malala presenta las pruebas para confirmar su tesis, define las causas del debate, colocando los argumentos más importantes al principio y al final porque así se recuerdan a lo largo del discurso y quedan en la mente de los oyentes, ya conquistados y emocionados.

La defensa de su tesis pasa además a través del *logos* que, gracias al recurso de la construcción anafórica, a la metáfora, a la amplificación y repetición de palabras, llega a prolongar la atención de la audiencia, así como a fortalecer la cohesión de la tesis que propone.

Aquí están algunas de las metáforas más significativas en apoyo a los argumentos que nos presenta:

- *las plumas y los libros*, representación del conocimiento, que es lo que lleva a la construcción de un mundo justo, donde todos los ciudadanos tienen los mismos derechos y oportunidades;
- *las armas*, aquí entendidas como representación del gobierno opresivo de los talibanes, pero también del terrorismo y de la violencia en general;
- *la luz*, sinónimo de libertad de expresión y de conocimiento y apropiadamente este conocimiento representa el medio de lucha contra la ignorancia y el miedo, contra todos aquellos aspectos que conducen a actitudes y comportamientos que fomentan la violencia o el terrorismo.

Nos damos cuenta de la importancia de la luz cuando vemos oscuridad. Nos damos cuenta de la importancia de nuestra voz cuando somos silenciados. De la misma manera, cuando estábamos en Swat, al norte de Pakistán, nos dimos cuenta de la importancia de las plumas y libros cuando vimos las armas<sup>355</sup>.

El refrán "*la pluma es más poderosa que la espada*" matiza el concepto, como si fuera una verdad, que Malala utiliza para sostener sus argumentos: los terroristas aterrorizan porque ellos mismos están aterrorizados por la educación y por las mujeres.

---

<sup>355</sup> *Ibidem*, p. 339.

Los extremistas tienen miedo de libros y bolígrafos. El poder de la educación les da miedo. Tienen miedo de las mujeres. El poder de la voz de las mujeres les da miedo. Esta es la razón por la cual mataron a 14 estudiantes inocentes en el reciente ataque en Quetta. Y es por ello, que mataron a muchas maestras..., es por eso, que están arruinando las escuelas todos los días, porque ellos tuvieron y tienen miedo al cambio y miedo a la igualdad que nosotras traeremos a nuestra sociedad<sup>356</sup>.

La joven vestida de rosa sigue proponiendo pruebas que llegan hasta a ridiculizar a los talibanes y, a través de la *ironía*, hace que se vean ridículos:

Recuerdo que había un chico en la escuela que fue preguntado por un periodista, ¿Por qué los talibanes están contra la educación? Respondió simplemente señalando a su libro. Un talibán no sabe lo que está escrito en el interior de este libro. Ellos piensan que Dios es un diminuto ser, conservador que envía a las niñas al infierno sólo por ir a la escuela<sup>357</sup>.

La parte final de su discurso, el epílogo, empieza con una repetición de los temas tratados y sirve para traer de vuelta a la memoria de su audiencia lo que se ha argumentado y Malala lo hace a través de un uso sistemático de la construcción anafórica, mostrando así una idea del conjunto pronunciado, haciendo visible y memorable el sistema de relaciones que se han demostrado entre los hechos y los argumentos, recordando los puntos clave (*enumeratio e rerum repetitio*), fiel a sus objetivos y a su reto, que es convencer los oyentes de la importancia de la lucha en favor de la educación.

Los invita a participar emotivamente, los llama “*Queridos hermanos y hermanas, amigos...*”, los empuja a sostener sus tesis a través de una serie de anáforas que se suceden a lo largo de la *peroratio*. Sus palabras son de gran alcance, ya que no pierden nunca el objetivo de su intervención.

Así que hoy, apelamos los líderes mundiales para que cambien sus políticas estratégicas en favor de la paz y la prosperidad. Hacemos un llamado a los

---

<sup>356</sup> *Ibidem.*

<sup>357</sup> *Ibidem.*

líderes mundiales a que todos los tratados de paz deban proteger a las mujeres y los derechos de los niños [...] Hacemos un llamamiento a las naciones desarrolladas a apoyar la extensión de oportunidades educativas para muchachas en el mundo en desarrollo. Apelamos a todas las comunidades a ser tolerantes, a rechazar el prejuicio basado en la casta, el credo, la secta, la religión o el género. [...] No debemos olvidar que millones de personas sufren de la pobreza y la injusticia y la ignorancia. No debemos olvidar que millones de niños están fuera de sus escuelas. No debemos olvidar que nuestros hermanos y hermanas están a la espera de un futuro brillante pacífico<sup>358</sup>.

El final es brutal y la niña vestida de rosa lo pronuncia, levantando un dedo y mirando en profundidad a los ojos el mundo entero allí representado, logrando su objetivo y llegando aún más allá de sus expectativas: el público está totalmente convencido y, para confirmar esta sincronía emocional y racional, se pone en pie.

Así que vamos a librar una lucha global contra el analfabetismo, la pobreza y el terrorismo y vamos a recoger los libros y lápices. Son nuestras armas más poderosas. Un niño, un maestro, un bolígrafo y un libro pueden cambiar el mundo. La educación es la única solución<sup>359</sup>.

La *mise en scene*, la *actio/pronuntiatio*, como operación de la Retórica no constituyente del discurso, representa, como ya he dicho, una de las más difíciles de llevar a cabo, porque puede resultar poco convincente, por no llegar a involucrar, por ser expresado con un lenguaje que no llega al corazón de los oyentes y no permite la consecución del objetivo.

Como sabemos, se habla a través de la voz, pero también por los gestos, las miradas y todos aquellos aspectos que se relacionan con el lenguaje no verbal; se recuerda con más facilidad lo que se oye y se ve al mismo tiempo y por esta razón hay que prestar particular atención a todos los elementos involucrados en la comunicación, para influir en la persuasión.

Dado por sentado que la *actio* está relacionada con los aspectos de la comunicación no verbal y con el sentido de la vista, la *pronuntiatio* con la verbal y con el sentido

---

<sup>358</sup> *Ibidem*, pp. 341-342.

<sup>359</sup> *Ibidem*, p. 342.

del oído, están profundamente vinculadas la una a la otra, ya que el gesto debe adecuarse a la palabra y a su poder persuasivo.

A lo largo de todo su discurso, Malala mantiene vivo el vínculo entre *ethos*, *pathos* y *logos* y lo pronuncia a través de un recurso muy selectivo del gesto –que puede significar más que las palabras y ser mucho más persuasivo–, y de todos los otros elementos que están asociados con la comunicación no-verbal.

Malala expone los argumentos a través de muy pocos gestos, pero calibrados y pensados para ser unidos a palabras claras y meditadas, con la intención de producir gran impacto a nivel emocional en el público.

La articulación del tono de voz acentúa el drama de los tópicos y transmite, a la vez, objetividad en los argumentos que apoyan a los distintos momentos de la *pronuntiatio* y la *evidentia*, a través de palabras capaces de expresar algo, de tal manera que los hechos sobre los cuales se han construido las pruebas que apoyan a la causa sostenida, “*parezcan suceder y los ojos puedan verlos*”<sup>360</sup>.

Esta joven posee una verdadera conciencia del espacio comunicativo en el que su discurso se desarrolla y del público al que está hablando y logra construir una relación emotiva con su audiencia aún más intensa, gracias también a lo que el profesor Tomás Albaladejo llama *cenestesia comunicativa*, o sea la conciencia del lugar que ocupan los gestos y las palabras en el discurso, que puede ser interpretado como una “*prolongación de las intenciones y de los intereses comunicativos de quien lo pronuncia*”<sup>361</sup>.

Malala quiere persuadir a su audiencia de la necesidad de la lucha en favor de la educación de los niños y de las niñas y, para conseguir este objetivo, desenvaina todas sus competencias lingüístico-comunicativas, poniendo atención a los aspectos de los actos comunicativos –en particular a aquellos que producen efectos y consecuencias en el receptor–, intentando establecer un compromiso emocional con el entorno en el que se están realizando, logrando que participe en su intención y que comparta con ella su finalidad.

A través de la mirada, dirigida a cada uno de los miembros presentes en la asamblea, va más allá de sus palabras, “toca las cuerdas” y provoca unas reacciones en la audiencia, que son cada vez más numerosas e incluso “virales”, gracias a los

---

<sup>360</sup> “...res ante oculos esse videatur”. *Rhetorica ad Herennium*, ed. cit., IV, 68.

<sup>361</sup> ALBALADEJO, Tomás, “Retórica de la comunicación y retórica en sociedad”, *art. cit.*, 2009, pp. 39-58.

medios de comunicación, que han permitido la difusión del mensaje a la sociedad global en tiempo real –la persuasión ha pasado desde los “presentes al acto” a los “presentes en la red”–, y a las herramientas proporcionadas por la Web 2.0 –que permitió a un número siempre más amplio de *cyber-ciudadanos* participar, comentar y compartir virtualmente el evento.

A través de la tecnología, ha sido posible aumentar el número de usuarios que se han hecho atraer por las palabras de una niña que, inspiradas por la ingenuidad y la sinceridad de su personalidad, han logrado producir la compasión, a través de la cual poner en marcha los mecanismos que conducen a la *captatio benevolentiae* y a la *con-participación* de la causa promovida.

Esta comunidad de receptores “reales” y “virtuales”, que son el destinatario final del mensaje –debido a la pluralidad que la compone y a la diversidad que la distingue, en términos de recepción e interpretación del mensaje (*poliacroásis*)–, presupone, por parte de la niña vestida de rosa, un esfuerzo especial, cuando se trata de encontrar la forma más efectiva, el momento más apropiado y las palabras más incisivas, para convencer a los demás de que “*un niño, un maestro, un libro y un lápiz pueden cambiar el mundo*”.

Esta fuerza, la joven paquistaní la encuentra en esa libertad, que la ingenuidad primitiva le proporciona y la pone en condición de expresar su pensamiento, a través de un lenguaje, de *argumenta* y un estilo que orientan la atención de la audiencia hacia la causa en sí misma y hacen que, la emoción de sus oyentes se centra en encontrar la solución a ese problema, en lugar de distraerse por las habilidades oratorias del orador.

Finalmente, con la ayuda del *Kairós* –que, en los jóvenes, que no consideran el tiempo como una mera “sucesión”, sino más bien como una “oportunidad para”, coincide con la capacidad natural de elegir el momento adecuado para decir o hacer suceder algo–, cada gesto, cada palabra de la joven Malala se expresan precisamente cuando el nivel emotivo del público alcanza su punto más alto y está listo para recibir un mensaje importante.



Los niños saben algo de lo que la mayoría de gente se ha olvidado.

(Keith Haring)

Los niños sólo saben lo que están buscando.

(Antoine de Saint-Exupéry)

## **CONCLUSIONES**

El lenguaje me transmitió la conciencia de que, como niña, débil e impotente, también tenía poder  
gracias a las palabras.  
(Elfriede Jelinek, Nobel de Literatura, 2004)

Este trabajo de investigación ha sido un viaje intenso y fascinante en el tiempo, un regreso agradable e indispensable a esa dimensión de desarrollo, en la que uno tiene plena libertad de expresión, donde puede creer libremente en cualquier cosa y vivir aventuras en mundos ideales, donde con una ramita simple puedes matar a esos monstruos que perturban los sueños ..., para comprender, o mejor, redescubrir la belleza de la maravilla, el entusiasmo del descubrimiento, la objetividad en la descripción de las cosas, la originalidad con la que interpretar los hechos y la creatividad que permitiría encontrar soluciones ingeniosas, superar los obstáculos que surgen en la vida, de una manera más auténtica y sin segundas intenciones. Llegar hasta aquí no ha sido fácil y ha supuesto un largo proceso de reflexión para encontrar formas de hacer explícita esta idea de una posible aplicación de aquellas características de la personalidad de niños y jóvenes, relacionadas con la *ingenuitas* primitiva del hombre, que hacen fascinante y, a menudo, cautivadora la capacidad persuasiva con la que alcanzan un vínculo emocional/cognitivo con el público, a los procesos de ideación, producción y transmisión de contenidos auténticos en los discursos como en los mensajes y en todas las relaciones de comunicación que se realizan, que también son objetivos, que se expresan a través de un lenguaje y de un estilo sincero que refleja el carácter de quienes los expresan. Hemos empezado con unas preguntas –¿Por qué una investigación sobre la Retórica de la ingenuidad?, ¿Qué se quiere decir con ingenuidad?, ¿Cuál es, en la sociedad en la que vivimos, el vínculo que se podría establecer entre la antigua, aunque renovada, técnica oratoria, cuyo objetivo es el de persuadir y convencer y la ingenuidad, que es una característica del hombre ingenuo, él que más fácilmente se deja seducir por el poder del *logos*?–, y, a través de esta investigación, hemos intentado encontrar las respuestas para apoyar la tesis de una posible *Retórica de la ingenuidad* y demostrar la potencialidad de esa característica de los seres humanos, cuando se usa para persuadir y convencer a los demás.

El proyecto tomó forma, después de haber pasado por tres etapas que ayudaron a dibujar la estructura de este razonamiento que llevó a la decisión del tema y al título de esta tesis doctoral y a estas etapas a las que habrá que volver, a la hora

de presentar la posible aplicación de las conclusiones a las que hemos llegado con este trabajo de investigación.

La primera etapa, desde la cual comenzó todo el proceso, se refiere a mi experiencia de más de treinta años como docente, una elección de trabajo que, por un lado, me ha asignado la tarea de educar y enseñar a niños y a jóvenes –que a lo largo de los años se han vuelto cada vez menos inocentes–, tratando de guiarlos en elecciones y acciones, hacer que razonen y transmitirles habilidades..., por otro lado, me ha forzado, en cierto sentido –y, a pesar de las dificultades y la responsabilidad que conlleva, todavía estoy convencido de haber hecho lo correcto–, a permanecer conectado a ese contexto en el que aprendí a interactuar, comunicar e interpretar las cosas, de una manera diferente, gracias al descubrimiento de esa *ingenuitas*, a veces hecha de sutilezas y de miradas, otras de súplicas, con las que intentan convencerte de sus ideas o apoyar sus argumentos para conseguir algo. Poseen una capacidad extraordinaria para “manipular” hechos y situaciones que, precisamente por su originalidad, son convincentes y, analizando las formas expresivas utilizadas, los lenguajes y la lógica en sus razonamientos y en los argumentos que presentan, nos damos cuenta del alto potencial persuasivo que poseen y cómo estas modalidades expresivas pueden ser útiles en la perspectiva de una comunicación más simple, sincera y objetiva, pero también de relaciones más auténticas, con amigos reales y no solo virtuales, donde uno participa y comparte experiencias, colaborando y dialogando con los demás, con el objetivo común de encontrar las mejores soluciones posibles.

La segunda etapa ha coincidido con el redescubrimiento de la Retórica, aquel antiguo arte del que me hablaron mi profesores, en las clases de Filosofía, cuando era un joven estudiante y que, gracias al periodo formativo del Doctorado en Lenguaje y Manifestaciones Artísticas, Literarias y de la Cultura en la Universidad Autónoma de Madrid, he vuelto a encontrar..., pero esta vez entendí que la Retórica es algo más fascinante que una mera técnica utilizadas para manipular el discurso y el pensamiento de las personas, como se había quedado en mis recuerdos, un verdadero “mundo” por descubrir, tanto para decidir hacer una tesis que la tuviera como referencia.

El tercer momento importante a lo largo de este viaje fue el “encuentro” con los discursos de tres jóvenes activistas en defensa de los derechos de los niños y de las niñas, pronunciados frente a organizaciones internacionales y que han sido difundidos, gracias a las redes sociales y la nueva tecnología digital.

Frente a un público heterogéneo y que está acostumbrándose a nuevas formas de elaboración, transmisión e incluso de comprensión de los mensajes que se producen a ritmo siempre más rápido, a través de sus discursos, han denunciado situaciones de desigualdad y malestar que afectan a los jóvenes, porque hoy son libres de denunciar y lo hacen, no sólo a través de actitudes desafiantes y rebeldes, expresadas en las calles y en las marchas de protesta —que las autoridades han reprimido en poco tiempo y sin duda alguna—, sino también a través de la voz que han recuperado, gracias a la comunidad de las redes sociales, *les enfants*, los “sin palabras”, como hemos visto, han aprendido a hacerse escuchar y, cuando lo hacen, usan esa objetividad intelectual y esa honestidad, con las que describen la realidad que los rodea, de una manera tan apasionada como para no dejar duda alguna acerca de la bondad y de la autenticidad de la causa que apoyan.

En la *performance* de Severn Suzuki aparece toda aquella “ingenuidad”, que es típica de los niños de su edad, en el uso del lenguaje —que a pesar de ser sencillo llega a describir con claridad la situación que la pequeña quería denunciar—, y en la argumentación, en la que los ejemplos y las pruebas que nos propone, son el resultado de la elaboración mental que hace un niño, frente a un problema o a un obstáculo que llega a limitar y hacer más difícil el descubrimiento de la realidad y la posibilidad de interactuar con esta.

Argumenta su discurso, hablándonos de animales, de naturaleza, de sus sueños y del miedo que puede tener un niño, al no sentirse protegido por un adulto, cuando se enfrenta a todo lo que es nuevo y que no está a su alcance y, por esta razón, sus palabras son como proyectiles, resultan espontáneas y surgen de aquella *ingenua inocencia* que hace pensar y reflexionar, que esconde una verdad indiscutible y que saben indicar una solución práctica a los problemas.

Adora Svitak nos fascina tanto por la riqueza de su lenguaje, que en comparación con el de Severn, resulta más académico y elevado, como por los argumentos que propone para la defensa de su causa y que se desarrollan a partir de una serie de ejemplos y preguntas retóricas, que ponen al público, de espalda contra la pared, exhortándole a una reacción inmediata.

Mucho de su éxito, a pesar de ser una niña prodigio, se debe a la formación que tuvo en la primera infancia, los estímulos para la búsqueda del porqué de las cosas, el uso de la tecnología informática, que ha acelerado el desarrollo de su personalidad y de su competencia comunicativa.

Su lenguaje nace y evoluciona en el ágora virtual y por esta razón llega rápida y claramente a su audiencia, que puede comprender el mensaje y actuar consecuentemente.

Sus discursos están estructurados en forma de eslóganes y reflejan la modalidad comunicativa de la generación de las redes sociales, con ejemplos apoyados por imágenes y vídeos, que aumentan el valor persuasivo de cada palabra.

Su asombroso vocabulario y su capacidad discursiva hacen brechas en el auditorio a través de discursos que resultan atractivos y persuasivos, por tener en cuenta una serie de cualidades, como las *virtutes elocutionis* y por apelarse a los sentimientos, despertando pasiones.

El *ethos*, expresado con una personalidad muy bien definida, a pesar de su joven edad, es reconocido y aceptado por el público, gracias a un *logos* rico de figuras y utilizado con sabiduría, que le permite así “alcanzar la meta”, actuando sobre el *pathos* y convenciendo, finalmente, a su audiencia.

La joven paquistaní se expresa mediante un lenguaje impresionante, que ha aprendido a lo largo de su infancia, gracias a la libertad que encontraba en su entorno familiar, a través de la lectura de muchos libros y de las enseñanzas de su padre y a la motivación que la empujó a hacer cosas a escondidas, como el *blog*, desafiando a los talibanes, para conseguir su objetivo.

Cuando la dispararon, querían privarla del uso de la palabra, pero no lo lograron y Malala empezó a utilizar el *logos* como arma de persuasión en su lucha no violenta. En comparación con las actuaciones de las otras dos pequeñas, la de Malala Yousafzai, son tal vez menos impactantes, en término de puesta en escena, pero ciertamente persuasivas y convincentes.

La ingenuidad de Malala se manifiesta y expresa en su sencillez de niña, que ha vivido parte de su vida a escondidas y que ha influido en el desarrollo de un carácter muy fuerte, por un lado, pero al mismo tiempo reservado y mucho menos informal que el de la pequeña Svitak y esto aparece cuando habla en público: la persuasión llega principalmente por sus palabras y por los hechos que apoyan sus tesis.

El recurso a los aspectos de la comunicación no verbal se limita a muy pocos gestos y miradas a los ojos de su audiencia; su *actio* no posee aquella “teatralidad” ni aquel “aire” típico de las comunicaciones *de* y *entre* los jóvenes, no se mueve en el escenario sosteniendo el micrófono y no está acostumbrada a interactuar con el público, como hace la pequeña americana, pero convence.

Los *argumenta* que se presentan al público son el resultado de una larga búsqueda y de una investigación, que no está vinculada a ninguna lógica, sino es la de hacer y vivir lo que la vida les pone por delante y/o encontrar una solución a los problemas y las palabras que utilizan para expresarlos, aún no están condicionadas por la cultura o la conveniencia y tampoco están sujetas a la censura de la moralidad social: son auténticas y nacen de la ingenuidad de quienes creen que todo puede convertirse en algo real, por el mero hecho que ellos imaginan y sueñan ese resultado y esto les lleva a extender los límites de lo que es posible.

Estos son los niños, los jóvenes que, a través de discursos, que están lejos de ser algo superficial, pueden agitar las conciencias y mostrar aquel coraje que a muchos adultos falta y/o que se les ha olvidado poseer.

El discurso de la activista canadiense fue el primer discurso global, pronunciado por un menor y difundido a través de los medios de comunicación de masas y fue hábilmente construido para subrayar la fuerza de sus palabras, pero el texto no llegó a ser el protagonista de la *performance*, cediendo el paso al efecto, a la resonancia que produjo en la audiencia, a través de las imágenes, que el guionista supo ordenar y secuenciar para la persuasión de los oyentes y demostrando que, en realidad, la persuasión llegó gracias a aquel trabajo.

Las palabras de *la niña que hizo callar el mundo* y el vídeo que se grabó siguen interesando al público, pero, al mismo tiempo, la atención hacia la actuación ha hecho perder mucho al texto que pronunció ante la Cumbre mundial.

Se ha dado más importancia a hacer coincidir algunas palabras con la reacción del público y así ha surgido la frase “La niña que hizo callar el mundo”, pero la grabación no ha permitido transmitir la sutileza de las palabras de Severn que, a través de aquella sabiduría infantil, saben manipular y pueden llegar hasta a los rincones más íntimos del alma de los adultos.

Lo que le pedía a los oyentes, a través de un lenguaje muy sencillo y descriptivo, fue la resolución de un problema *hic et nunc*, como es típico de los pequeños y lo hizo sirviéndose mucho de la *anáfora*, –que en los niños coincide con la reiteración

de una situación y que es el alma del juego infantil– e incluso a través de la repetición del hecho de que quien hablaba era sólo una niña (*excusatio propter infimitatem*), para fortalecer su posición, de modo que, a través de la modestia con la que tácticamente aminora su perfil, el discurso puede resultar más atractivo y deja que la ternura, que refleja ese carácter ingenuo de una persona sincera, pueda cambiar la actitud de los adultos, empujándolos a reaccionar.

El tiempo de los niños no coincide con el de los adultos y por este motivo quizás las palabras de Severn no llegaron a cambiar el mundo, pero permitieron a los adultos un regreso a aquel mundo paralelo, ingenuo y puro, en el que nace y se desarrolla la creatividad, aunque sólo durante seis minutos. A este respecto, es interesante recordar las palabras de Adora Svitak, convencida más que nunca de que el mundo

necesita un pensamiento “infantil”: ideas audaces, creatividad salvaje y especialmente optimismo. Los grandes sueños de los niños merecen grandes expectativas, comenzando por la buena disposición de los adultos para aprender de los niños, tanto como para enseñarles<sup>362</sup>.

Los jóvenes piden ser escuchados por los adultos y sobre todo que éstos se adapten a su lenguaje y a su manera de interpretar el mundo y resolver los problemas y lo hacen a través de la ingenuidad, sin la mediación de los límites impuestos por la cultura, la educación, la burocracia y el establishment en general, que los llena de ideas audaces y mucha creatividad: para ellos se puede hacer y llegan hasta a mantener sus convicciones de éxito a través de argumentos que nadie puede contradecir.

Los niños aún soñamos con la perfección. Y eso es algo bueno, porque para poder hacer algo realidad, primero debemos soñarlo. De muchas maneras, nuestro audaz poder de imaginación ayuda a extender los límites de lo posible<sup>363</sup>.

---

<sup>362</sup> SVITAK, Adora, página de inicio de: [www.ted.com/talks/adora\\_svitak](http://www.ted.com/talks/adora_svitak) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

<sup>363</sup> SVITAK, Adora, *Anexos*, p. 332.

Severn y Adora nacieron en la era digital y en esta han desarrollado su personalidad, tanto que pueden ser definidas, según Marc Prensky, como *nativas digitales*<sup>364</sup>.

También Malala ha crecido en la época de Internet, pero en un entorno que prohibía todas las libertades de expresión y, sobre todo, dónde no había facilidad de acceso a la red para la mayoría de los habitantes.

Adora ha aprendido a leer y a escribir mediante la pantalla de un ordenador, que ha sido su libro y su cuaderno a la vez; Severn ha utilizado la red para mejorar sus habilidades, para ampliar sus conocimientos y para difundir sus ideas, mientras que, la niña vestida de rosa se ha acercado sólo posteriormente al mundo virtual y ha desarrollado sus competencias de manera tradicional, ha aprendido como disfrutar del poder persuasivo de la palabra y como aprovecharse de esta para lograr sus objetivos, transmitiendo sus ideas a través de la voz, frente a una audiencia física, pero también, gracias a las nuevas tecnologías, frente a una audiencia virtual.

Por haber llegado más tarde a la tecnología informática, según la clasificación de Prensky, Malala podría ser definida como una “*inmigrante digital*”, que ha sabido adaptar su formación de base, entre libros y escritura con lápiz, al nuevo canal de comunicación, manteniendo firme su fe en la capacidad persuasiva del *logos*.

La tecnología informática ha acentuado la visibilidad de estos pequeños líderes de grandes batallas y disfrutando de una comunicación rápida e inmediata ha multiplicado, por un lado, el efecto de sus apelaciones, por el otro ha ampliado el riesgo de instrumentalización y explotación de su imagen.

Los discursos de estas niñas y sus actuaciones en público, así como la forma en que llegaron, a través de la red, a persuadir y convencer a sus oyentes, gracias a sus habilidades de comunicación y, sobre todo, su *ingenuidad* —que, considerada desde un punto de vista retórico, ha demostrado ser un aspecto muy interesante en el proceso que lleva a la persuasión y la convicción del público—, demuestran, como traté de explicar a lo largo de esta investigación, que la idea de una *Retórica de la ingenuidad* puede ser respaldada, con la condición de que, los “beneficios”, que la función que he llamado económica puede proporcionar, estén orientados a

---

364 PRENSKY, Marc, "Digital Natives, "Digital Immigrants", *art. cit.*, 2001, pp. 1-6.  
Online en: [https://www.marcprensky.com/writing/Prensky - Digital Natives, Digital Immigrants - Part1.pdf](https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf) [Último acceso: 30 de abril de 2018].



la efectividad y a la autenticidad de los contenidos transmitidos en las relaciones de comunicación y no a la explotación de esa característica del hombre, para obtener ganancias que implican ingresos, logradas también a través de la anulación y el abuso de la *ingenuitas* humana.

Es decir, a través de lo que llamo *Retórica de la ingenuidad*, creo que se podría enseñar la manera de usar la *ingenuitas* originaria para que se activen esas funciones que “inspiran” los pensamientos y la elección de los contenidos del discurso, como la elección del lenguaje, de las diferentes oportunidades expresivas y del estilo, que “expresan” la candidez del *yo* auténtico y sincero en la forma y en el momento más adecuados para resultar incisivos en la audiencia por el hecho de que, como dicho en diferentes ocasiones a lo largo de esta investigación, la ingenuidad es la expresión práctica del *kairós*, en el sentido de que permite captar ese instante particular en el que transmitir palabras, pensamientos o en el que actuar con la certeza de que el mensaje puede cumplir con su misión seductiva y resultar eficaz para empatizar con el público, usando el *pathos* al nivel más alto.

Además, entre las funciones de la ingenuidad, está la de “persuadir” de que la causa y/o el contenido del mensaje que debe transmitirse y compartirse es sostenible, verdadero porque es auténtico y no ha sido manipulado para conseguir beneficios que, al forzar y abusando del potencial persuasivo propio de la *ingenuitas*, llegan a alterar y modificar el perfil del emisor del mensaje, considerándole como “objeto” desde el cual es posible obtener una ganancia y no como un “sujeto” capaz de hacer visible la objetividad de las cosas y la sinceridad de sus pensamientos.

Sin embargo, este trabajo de investigación, un primer acercamiento a esa Retórica de la ingenuidad y a su implicación en el proceso comunicativo que lleva a la persuasión, ha permitido poner la atención sobre los aspectos positivos y negativos de la ingenuidad, su papel en el uso del lenguaje, los efectos producidos por la tecnología de la información en los aspectos comunicativos y relacionales ..., y, a través de los datos recopilados, se ha hecho posible hipotetizar un uso diferente de esta capacidad del ser humano, lo que puede ayudar a devolver una cierta honestidad y sinceridad en el contenido del mensaje o del discurso, en la forma de transmitirlos..., porque, como solía decir Hermógenes de Tarso, *sincero es sinónimo de persuasivo*<sup>365</sup>.

---

<sup>365</sup> RUIZ MONTERO, Consuelo, “Introducción” en: Hermógenes, *op. cit.*, 1993, p. 55.

Gracias a esa *evidencia visiva*, que por medio del lenguaje certifica el paso desde la Retórica de la *ganancia*, –que “manipula” el ingenuo/receptor pasivo, el que se deja manipular con facilidad y cuya actitud ingenua es identificada con el significado peyorativo de *ingenuidad*, como sinónimo de inocencia–, a la Retórica de la *evidentia* –que aprovecha las habilidades y la personalidad del ingenuo/productor/activo, el que se expresa libremente y cuya actitud ingenua es identificada con el significado originario de *ingenuitas*, como sinónimo de sincero–, para dirigir la atención del público sobre un hecho en particular.

Desafortunadamente, a pesar de todos los avances que se han realizado, en términos de derechos y reconocimiento de la infancia como una etapa del crecimiento a la que prestar una atención particular, en la sociedad sigue prevaleciendo la imagen de la infancia como “presencia” y los niños siguen siendo propuestos como símbolos para identificar “algo que se pueda comercializar”, como instrumentos a través de los cuales transmitir la autenticidad de los productos que se venderán, luego como hijos, considerados principalmente en su identidad proyectada en el futuro y no por lo que son ahora, descuidados por las intervenciones de política cultural, urbana y social.

Entonces, para pensar en una posible aplicación de las conclusiones a las que hemos llegado, tenemos que volver a aquellas etapas de las que hablé al comienzo de este capítulo, que representan el terreno en el que la idea de una Retórica de la ingenuidad tomó forma.

La experiencia laboral con niños y jóvenes me dio –y sigue dándome– la oportunidad de explorar su mundo y considerar con ojos diferentes la forma en que tratan de ser escuchados, relacionarse con una realidad que continúa ignorándolos, juzgándolos e incluso explotándolos, tratando de encontrar la manera de desarrollar la confianza necesaria para empatizar con ellos y acompañarlos en su viaje de crecimiento emocional, social y relacional, considerándolos por lo que son y no por lo que serán en el futuro.

I bambini sono affascinanti e importanti, e queste sono entrambe ottime ragioni per cercare di ampliare le conoscenze sul loro conto. Sono affascinanti perché in un certo senso sono uguali agli adulti, eppure se ne differenziano profondamente: da un lato, possiedono il potenziale per sviluppare l'intera gamma delle capacità umane che stimiamo negli individui maturi e, dall'altro

lato, hanno abilità ed esigenze loro proprie, specifiche per ogni fascia di età che abbiamo il dovere di riconoscere, rispettare e cercare di soddisfare. I bambini sono affascinanti perché l'essenza dell'infanzia è il cambiamento[...]. Ma i bambini sono anche importanti perché il futuro della società dipende da come noi cresciamo e formiamo la generazione successiva<sup>366</sup>.

Las palabras del estimado psicólogo infantil británico Rudolph Schaffer, resumen el tipo de enfoque a través del cual deberíamos acercarnos al mundo de los niños y de los jóvenes, prestando particular atención a aquellos aspectos de su personalidad que podrían resultar útiles, para la interpretación de la realidad, de acuerdo con una mirada que, superando los límites impuestos por las reglas de la sociedad adulta y atreviéndose a hacer visibles las cosas en su objetividad, le permite expresarlas en su esencia. El reto es asegurarse de que el público –que prefiere utilizar la capacidad persuasiva de los rasgos de la ingenuidad, para beneficiarse en términos lucrativos–, reconozca en aquellos aspectos de la personalidad ingenua, una oportunidad, para desarrollar relaciones sociales y comunicativas, inspiradas, expresadas y usadas para lograr la persuasión, desde esa *ingenuitas* primitiva que, aunque paradójicamente, por un lado, es explotada, contrastada y/o con frecuencia descuidada, por otro lado, es añorada y percibida como la solución para desentrañar la compleja situación que caracteriza la sociedad actual.

Como docente y funcionario público, conocer el entorno comunicativo en el que se desarrolla la vida de los estudiantes es fundamental, no sólo porque pone al día alrededor de las modalidades de comunicación/relación de los niños y de los jóvenes, sino más bien por el hecho de que nos permite empatizar con ellos, captar su benevolencia, proporcionándoles también los instrumentos para poder descifrar, interpretar y producir discursos que se desarrollan tanto en un ambiente para ellos

---

<sup>366</sup>“Los niños son fascinantes e importantes, y estas son buenas razones para tratar de ampliar nuestros conocimiento sobre ellos, son fascinantes porque, en cierto sentido, son iguales a los adultos, pero son profundamente diferentes: por un lado, tienen el potencial de desarrollar toda la gama de habilidades humanas que valoramos en individuos maduros y, por otro lado, tienen sus propias habilidades y necesidades, específicas para cada grupo de edad, que tenemos el deber de reconocer, respetar y tratar de satisfacer. Los niños son importantes porque la esencia de la infancia es el cambio [...] Pero los niños también son importantes porque el futuro de la sociedad depende de cómo crecemos y formamos la próxima generación”. SCHAFFER, H. Rudolph, *Psicologia dello sviluppo*, trad. ital. Gilli, Antonella, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2005, p. XV.

muy familiar –el digital y de las redes sociales–, como en aquel analógico, del cual se están olvidando.

Entonces, a través de la que llamo Retórica de la ingenuidad, se podría tratar de centrar el enfoque de la actividad didáctica y educativa en el desarrollo de aquellas habilidades de pensamiento y de expresión relacionadas con la ingenuidad, y con la “suerte” que les pertenece a los niños y a los jóvenes de representar la esencia del cambio, en términos de atrevimiento y de ilusión, para que –sean productores o destinatarios de mensajes e informaciones–, puedan mantener a lo largo de su vida una actitud vinculada con la objetividad y la sinceridad tanto en la producción como en la recepción de informaciones, textos y mensajes.

Hoy en día se apela al diálogo y a la cooperación solidaria en muchas ocasiones, pero no llegamos –o se prefiere no llegar– a tomar en cuenta, con la debida importancia y con la misma relevancia, las voces de quienes están pidiendo ese cambio, que se reconozca validez a sus propuestas y a sus consejos para solucionar un problema o una situación conflictiva y que, a pesar de haber tomado forma en una dimensión, como la de la infancia, en la que se puede “jugar” entre la realidad y la imaginación, resultan lógicas y más prácticas, por expresar la esencia del problema –que es lo que les interesa–, y por hacer que la atención del público permanezca centrada en el argumento del que se está tratando.

Y desde aquí, ha hecho falta volver a la antigua arte de la persuasión para “supervisar” e intentar aplicar las conclusiones a las que hemos llegado a través de esta investigación, al contexto comunicativo, en términos de elaboración, estructuración y transmisión del mensaje, asegurándose de que, la *ingenuitas* pueda estar “presente” en todas las *partes artis* que transforman el texto retórico en discurso, así como en la forma de comprender e interpretar el ininterrumpido flujo informativo típico de nuestra sociedad.

Es decir, desde la *intellectio* a la *pronuntiatio*, aplicando los rasgos típicos de la personalidad de los niños y de los jóvenes al procesamiento y a la transmisión del mensaje, se podría encontrar en la ingenuidad la forma para expresar los contenidos emitidos de una manera más sencilla, a través de un lenguaje y de un estilo coherente con los pensamientos y el carácter del emisor que, a pesar de las faltas ortográficas y gramaticales, de la simplificación estructural y organizativa..., consigue hacer evidente las cosas en su objetividad y, sin tener

otro interés que la adhesión del público a la causa que están promocionando, logrando así que la audiencia se apasione y se apropie de la causa.

La Retórica, sobre todo en tiempos revolucionados por la llegada de la tecnología digital y de nuevos medios para transmitir la información, proporciona los instrumentos hermenéuticos adecuados para la comprensión y la interpretación de mensajes y de discursos tanto analógicos como digitales y además facilita las herramientas necesarias para detectar y defenderse de los intentos de manipulación en los que se puede caer, en un contexto que no deja tiempo para reflexionar lo suficiente y que requiere, por el contrario, inmediatez, velocidad de reacción y respuesta.

Tanto los *millenials* –los que han nacidos *con* y *en* la tecnología digital–, para poder tener consciencia de los efectos de la comunicación en un medio que dominan–, como los que han llegado en un segundo momento al mundo de la comunicación en la red –para poder tener consciencia del medio y de las potencialidades que ofrece–, pueden encontrar en la Retórica, que tiene también una *función social*<sup>367</sup>, las indicaciones para desarrollar un *ethos* responsable, capaz de manejar las funciones y las oportunidades comunicativas a su disposición y, al mismo tiempo, re-introducir la reflexión y crear las condiciones para protegerse de los efectos que pueden tener los mensajes difundidos virtualmente y de los riesgos de manipulación presentes en aquel contexto donde tiene lugar la mayoría de sus experiencias comunicativas y relacionales: un lugar caracterizado por la velocidad y la reacción inmediata –factores que dificultan la reflexión y que por contrario facilitan la impulsividad que limita, de hecho, el tiempo para concienciarse de lo que se produce y luego transmite y comparte.

Empezamos con la *ingenuidad*, considerando este rasgo de la personalidad, sobre todo la de los niños y de los jóvenes, en su significado original, como manifestación de la libertad del hombre y, luego, la trajimos junto con el antiguo arte de la persuasión que, a través de la sofisticación de la palabra y de la organización del texto, desarrolló un sistema para la elaboración de discursos capaces de jugar con la emoción y los sentimientos, para lograr la persuasión de los oyentes y, al mismo tiempo, para reflexionar metalingüísticamente sobre lo que es el producto de esta actividad, en la relaciones sociales y de comunicación.

---

<sup>367</sup> BARTHES, Roland, *op. cit.*, 1993, pp. 86-87.

Desde este encuentro tomó forma la idea de una *Retórica de la ingenuidad* que, en cuanto *técnica*, puede inspirar, expresar y ayudar a transmitir los pensamientos, ideas, mensajes, informaciones..., de una forma más sencilla, favoreciendo la objetividad, la sencillez y la sinceridad de los contenidos en la composición, así como en la organización y uso del lenguaje; como *ciencia*, puede ser útil para analizar los efectos del *logos* y de los discursos en sus diferentes aspectos –que van de aquellos estructurales/organizativos hacia aquellos comunicativos–, desarrollando una capacidad de reflexión centrada en cómo usar, en los miles de contextos comunicativo/relacionales a disposición, esa herramienta para despertar la reacción emotiva de los receptores del mensaje y/o del discurso.

Sin embargo, siguiendo con la clasificación de Roland Barthes, por ser también una práctica que se relaciona con la *ética*, aprovechando su capacidad de hacer evidentes y comprensibles las ambigüedades del lenguaje, la Retórica es un arma muy potente de persuasión, sobre todo si logra que se activen esas funciones de las que hemos hablado, que permiten a la *ingenuitas* manifestarse y orientar la finalidad del discurso a una ganancia en términos de eficacia comunicativa y, finalmente, por ser una *práctica lúdica*, que permite jugar con el sentido de las palabras<sup>368</sup>, estimula la creatividad, la actividad cognitiva, ampliando el abanico entre el que elegir tanto la manera de representar y describir la realidad en su objetividad, como la de expresarla, sin tener en cuenta ninguna otra obligación, que la de disfrutar de la oportunidad de disponer de un instrumento capaz de reproducir la visión personal del mundo y de las cosas.

Al poner el punto final a esta Tesis Doctoral, hay muchos aspectos relacionados con la *ingenuitas* humana que me gustaría seguir investigando, con la intención de encontrar una manera de devolver a la relación comunicativa tanto “*su seriedad perdida, en retirada durante todos estos últimos siglos de progresión incesante del subjetivismo*”<sup>369</sup>, como su “ingenuidad perdida”, cuando se trata de interpretar, manifestar y transmitir la pureza del pensamiento ingenuo y que tal vez podría ayudar al desarrollo de unas indicaciones útiles al potenciamiento de habilidades de comunicación y expresión que emocionan y persuaden, que destacan al presentar sus argumentos como algo vivo y que se puede ver a través de las palabras sinceras de un alma ingenua.

---

<sup>368</sup> *Ibidem*

<sup>369</sup> GOMÁ LANZÓN, Javier, *op. cit.*, 2011, p. 71.

## **ANEXOS**

## **1) Discurso de Severn Suzuki pronunciado en la Cumbre de la Tierra, Rio de Janeiro, 1992\***

Hola, soy una niña de 12 años, hablando en nombre de ECO, una Organización de niños de 12 y 13 años, a favor del medio ambiente que intentamos marcar una diferencia.

Hemos reunido todo el dinero para venir aquí nosotras mismas, recorriendo 5 mil millas, para deciros a los adultos que debéis cambiar. Viniendo aquí, hoy, no voy a ocultar mi objetivo.

Estoy luchando por mi futuro.

Perder mi futuro no es como perder unas elecciones o unos puntos en el mercado de valores.

Estoy aquí para hablar en nombre de todas las generaciones por venir.

Estoy aquí para hablar en defensa de los niños hambrientos del mundo, cuyos llantos son ignorados por todo el mundo.

Estoy aquí para hablar por los incontables animales que mueren en este planeta, porque no les queda ningún lugar a donde ir.

No podemos soportar no ser oídos.

Tengo miedo de tomar el sol debido a los agujeros en la capa de ozono.

Tengo miedo de respirar el aire porque no sé qué sustancias químicas hay en él.

Solía ir a pescar en Vancouver, mi hogar, con mi padre, hasta que hace unos años encontramos un pez lleno de tumores.

Y ahora oímos que los animales y las plantas se extinguen cada día y desaparecen para siempre.

Durante mi vida, he soñado con ver las grandes manadas de animales salvajes y las junglas y bosques tropicales repletos de pájaros y

---

\* El discurso traducido al castellano se encuentra en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Severn\\_Cullis-Suzuki](https://es.wikipedia.org/wiki/Severn_Cullis-Suzuki)



mariposas, pero ahora me pregunto si todavía existirán para que mis hijos los vean también.

¿Tuvieron que preguntarse ustedes estas cosas cuando tenían mi edad? Todo esto está ocurriendo ante nuestros ojos, y aún seguimos actuando como si tuviéramos todo el tiempo que quisiéramos y todas las soluciones.

Soy sólo una niña y no tengo todas las soluciones, pero quiero que se den cuenta: ustedes tampoco las tienen.

No saben cómo arreglar los agujeros en nuestra capa de ozono.

No saben cómo devolver los salmones a aguas no contaminadas.

No saben cómo resucitar un animal extinto.

Y no pueden recuperar los bosques, que un día talaron y que antes crecían donde ahora hay desiertos.

Si no saben cómo arreglarlo, por favor, dejen de estropearlo.

Aquí, ustedes son seguramente Delegados de Gobiernos, empresarios, organizadores, periodistas y políticos, pero en realidad son madres y padres, hermanas y hermanos, tías y tíos, y todos ustedes son hijos de alguien.

Aún soy sólo una niña, y sé que todos somos parte de una gran familia formada por seis mil millones de personas.

De hecho, una familia de treinta millones de especies, y todos compartimos el mismo aire, agua y tierra.

Las fronteras y los gobiernos nunca cambiarán eso.

Aún soy sólo una niña, y sé que todos estamos juntos en esto, y debemos actuar como un único mundo tras un único objetivo.

Aunque estoy llena de rabia, no estoy ciega, y, aunque tengo miedo, no me asusta decirle al mundo cómo me siento.

En mi país derrochamos tanto.

Compramos y desechamos, compramos y desechamos, y aun así, los países del Norte no comparten con los necesitados.

Incluso teniendo más que suficiente, tenemos miedo de perder nuestras riquezas si las compartimos.

En Canadá vivimos una vida privilegiada, plena de comida, agua y protección.

Tenemos relojes, bicicletas, ordenadores y televisión.

Hace dos días, aquí en Brasil, nos sorprendimos cuando pasamos algún tiempo con unos niños que viven en la calle.

Y uno de ellos nos dijo: “Desearía ser rico, y si lo fuera, daría a todos los niños de la calle: comida, ropa, medicinas, un hogar, amor y afecto”.

Si un niño de la calle que no tiene nada está deseoso de compartir, ¿por qué nosotros, que lo tenemos todo, somos tan egoístas?

No puedo dejar de pensar que esos niños tienen mi edad, que el lugar donde naces marca una diferencia tremenda.

Yo podría ser uno de esos niños que viven en las favelas de Río; podría ser un niño muriéndose de hambre en Somalia; un niño víctima de la guerra en Oriente Medio, o un mendigo en la India.

Aún soy sólo una niña, y sé que, si todo el dinero que se gasta en guerras se utilizara para acabar con la pobreza y buscar soluciones medioambientales, la Tierra sería un lugar maravilloso.

En la escuela, incluso en el jardín de infancia, nos enseñan a comportarnos bien en el mundo.

Ustedes nos enseñan a no pelear con otros, a arreglar las cosas, a respetarnos, a enmendar nuestras acciones, a no herir a otras criaturas, a compartir y a no ser egoístas.

Entonces, ¿por qué fuera de casa se dedican a hacer las cosas que nos dicen que no hagamos?

No olviden por qué asisten a estas conferencias: lo hacen porque nosotros somos sus hijos.

Están decidiendo el tipo de mundo en el que creceremos.

Los padres deberían poder confortar a sus hijos diciendo: “todo va a salir bien”, “esto no es el fin del mundo” y “lo estamos haciendo lo mejor que podemos”.

Pero no creo que puedan decirnos eso nunca más. ¿Estamos siquiera en su lista de prioridades?

Mi padre siempre dice: “Eres lo que haces, no lo que dices”.

Bueno, lo que ustedes hacen me hace llorar por las noches.

Ustedes, adultos, dicen que nos quieren.

Los desafíos: por favor, hagan que sus acciones reflejen sus palabras.

Gracias.

Enlace al vídeo del discurso con subtítulos en español en Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=hrfcMlXmEZg> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

## **2) Discurso de Adora SvitaK en la conferencia de la TED, febrero 2010.\*\***

Quisiera empezar con una pregunta: ¿Cuándo fue la última vez que fueron llamados "infantiles"?

Para los niños como yo que nos llamen "infantiles" es una cosa frecuente.

Cada vez que hacemos un pedido irracional, mostramos un comportamiento irresponsable o manifestamos cualquier otro rasgo de ser ciudadanos norteamericanos normales, nos dicen que somos infantiles, y esto realmente me molesta.

Al fin y al cabo, veamos estos sucesos: Imperialismo y colonización, guerras mundiales, George W. Bush. Pregúntense: ¿Quiénes son los responsables? Los adultos.

¿Qué hemos hecho nosotros los niños?

Bueno, Ana Frank llegó a millones con su impactante relato del Holocausto, Ruby Bridges ayudó a ponerle fin a la segregación en los Estados Unidos, y, más recientemente, Charlie Simpson ayudó a recaudar 120.000 libras para Haití en su pequeña bicicleta.

Así que, como lo demuestran estos ejemplos, la edad es irrelevante.

Los rasgos a los que hace referencia la palabra "infantil" son tan frecuentes en adultos que deberíamos eliminar esta palabra discriminatoria a la hora de criticar comportamientos asociados con la irresponsabilidad y la irracionalidad.

Por otro lado, ¿quién dice que ciertos tipos de pensamiento irracional no son exactamente lo que necesita el mundo?

---

\*\* El discurso traducido al castellano por Agustín Pardo, se encuentra en: [https://www.ted.com/talks/adora\\_svitaK/transcript](https://www.ted.com/talks/adora_svitaK/transcript) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

Puede ser que ustedes hayan tenido grandes planes, pero no los llevaron adelante porque pensaron: "Eso es imposible", o "eso es muy costoso", o "eso no me beneficiará".

Para bien o para mal, los niños no tenemos tantos impedimentos a la hora de pensar en razones por las cuales no hacer algo.

Los niños pueden estar llenos de sueños inspiradores y pensamientos esperanzadores, como mi deseo de que nadie pase hambre o que todo fuera gratis, como una utopía.

¿Cuántos de ustedes aún tienen esos sueños y creen en las posibilidades?

A veces el conocimiento de la historia y de los fracasos pasados de los ideales utópicos pueden ser una carga porque se sabe que, si todo fuese gratis, los alimentos se agotarían, y la escasez llevaría al caos.

Por otro lado, los niños aún soñamos con la perfección.

Y eso es algo bueno, porque para poder hacer algo realidad, primero debemos soñarlo.

De muchas maneras, nuestro audaz poder de imaginación ayuda a extender los límites de lo posible.

Por ejemplo, el Museo del Vidrio en Tacoma, Washington, mi estado natal ¡Arriba Washington! tiene un programa llamado "Niños diseñando vidrio", y los niños dibujan sus propias ideas de arte en vidrio. Ahora, el artista encargado dijo que habían sacado algunas de sus mejores ideas del programa porque los niños no piensan en las limitaciones de cuán difícil puede ser soplar vidrio en ciertas formas. Sólo piensan buenas ideas. Ahora, cuando uno piensa en el vidrio, uno puede pensar en coloridos diseños de Chihuly o en jarrones italianos, pero los niños desafían a los artistas del vidrio a ir más allá, a un mundo de víboras con el corazón roto y niños tocino, que como pueden ver tienen "vista cárnica".

Ahora, nuestra sabiduría innata no tiene que ver con un conocimiento especializado.

Los niños ya aprenden mucho de los adultos y tenemos mucho para compartir.

Creo que los adultos deberían empezar a aprender de los niños.

La mayoría de mis discursos son frente a un público del ámbito educativo, profesores y estudiantes, y me gusta esta analogía.

No debería ser sólo un profesor al frente de la clase diciéndole a los estudiantes que hagan esto o aquello.

Los estudiantes deberían enseñarles a sus profesores.

El aprendizaje entre adultos y niños debería ser recíproco.

Lamentablemente, la realidad es un poco distinta, y tiene mucho que ver con la confianza, o la falta de ella.

Ahora, si uno desconfía de alguien le pone límites, ¿no es cierto?

Si yo dudo de la capacidad de mi hermana mayor de pagarme el 10 por ciento de interés que establecí sobre su último préstamo, no volveré a prestarle hasta que me lo pague.

Es una historia real, dicho sea de paso.

Los adultos parecen tener una actitud restrictiva hacia los niños, desde cada "no hagas aquello", "no hagas esto" en los manuales escolares, hasta las restricciones al uso de internet en las escuelas.

La historia nos señala que los regímenes se tornan opresivos cuando se ponen paranoicos por mantener el control.

Y aunque los adultos no están al nivel de los regímenes totalitarios, los niños tienen poca o ninguna injerencia en el establecimiento de reglas, cuando en realidad la actitud debería ser recíproca, es decir, la población adulta debería aprender y tomar en cuenta los deseos de la población más joven.

Ahora, lo que es peor aún que las restricciones es que los adultos suelen subestimar la capacidad de los niños.

Nos encantan los desafíos, pero cuando las expectativas son bajas, créanme, nos bajamos a su nivel.

Mis propios padres tenían de todo menos bajas expectativas para mí y mi hermana.

Está bien, no nos pidieron que fuésemos doctores o abogados o nada por el estilo, pero mi papá nos leía sobre Aristóteles y los primeros Cazadores de Microbios mientras que muchos niños escuchaban “Las ruedas del camión girando van”. También nos leían ese, pero "Cazadores de Microbios" es mucho mejor.

Me encanta escribir desde que tenía cuatro años, y cuando cumplí seis años mi madre me compró mi propia laptop con Microsoft Word.

Gracias, Bill Gates.

Escribí más de 300 cuentos cortos en esa pequeña laptop, y quería que me los publicaran. En lugar de sólo burlarse por la herejía de pretender que me publicaran siendo una niña, o decirme que esperara a ser mayor, mis padres me apoyaron. La mayoría de las editoriales no fueron tan alentadoras. Incluso una gran editorial para niños dijo irónicamente que no trabajaban con niños.

¿Una editorial para niños diciendo que no trabajan con niños?

No sé, como que están espantando a un gran mercado.

Una editorial, Action Publishing, estaba dispuesta a tomar ese riesgo y confiar en mí, y escuchar lo que yo tenía que decir.

Publicaron mi primer libro, "Flying fingers", lo pueden ver aquí, y de ahí pasé a hablar en cientos de escuelas, dar charlas ante miles de educadores, y finalmente, hoy estoy aquí frente a ustedes. Les agradezco su atención en el día de hoy, porque para mostrar que realmente les importa escuchan.

Pero hay un problema con esta imagen perfecta de que los niños son tanto mejores que los adultos. Los niños crecen y serán adultos como ustedes. ¿O exactamente como ustedes? ¿En serio?

La meta no es transformar a los niños en adultos como ustedes, sino en mejores adultos de los que ustedes han sido, lo que podría ser un desafío considerando sus antecedentes; pero el mundo progresa porque las nuevas generaciones y las nuevas eras crecen, se desarrollan y se tornan mejores que las anteriores.

Esta es la razón por la cual ya no estamos en la Edad de las tinieblas. No importa quiénes sean o qué hagan, es imprescindible crear oportunidades para los niños para que podamos crecer y sorprenderlos. Adultos y amigos de TED, ustedes necesitan escuchar y aprender de los niños y confiar en nosotros y tener mayores expectativas.

Deben escuchar hoy, porque nosotros somos los líderes de mañana, lo que quiere decir que nos ocuparemos de ustedes cuando estén viejos y seniles. No, era broma.

Ahora en serio, seremos la próxima generación, los que llevarán este mundo adelante. Y en caso de que piensen que esto no les afecta, recuerden que existe la clonación, y que eso requiere pasar de nuevo por la infancia, en cuyo caso ustedes querrán ser escuchados al igual que mi generación. El mundo necesita oportunidades para nuevos líderes y nuevas ideas. Los niños necesitan oportunidades para liderar y tener éxito. ¿Están a la altura de este desafío?

Porque los problemas del mundo no deberían ser la herencia de la familia humana.

Gracias.

Enlace al vídeo en Internet: [https://www.ted.com/talks/adora\\_svitak](https://www.ted.com/talks/adora_svitak)  
[Último acceso: 30 de abril de 2018].



### **3) Discurso de Malala Yousafzai pronunciado ante la ONU en Nueva York, el 13 de Julio de 2013\*\*\***

En el nombre de Dios, el Compasivo, el Misericordioso.

Honorable Secretario General, Sr. Ban Ki-moon; respetado Presidente de la Asamblea General, Vuk Jeremic; Sr. Gordon Brown, honorable enviado de la ONU para la Educación Global; respetados ancianos y queridos hermanos y hermanas: Assalamu alaikum.

Hoy es un honor para mí estar hablando otra vez después de mucho tiempo.

Estar aquí con gente tan honorable es un gran momento en mi vida; y es un honor para mí que hoy lleve puesto este chal que perteneciera a la difunta Benazir Bhutto.

No sé por dónde empezar mi discurso.

No sé lo que la gente se esperaba que dijera.

Pero, antes que nada, gracias a Dios por quien todos somos iguales y gracias a cada persona que ha orado por mi rápida recuperación y una nueva vida.

No puedo creer cuánto amor me ha mostrado la gente.

He recibido miles de tarjetas de buenos deseos y regalos de todo el mundo.

Gracias a todos ellos.

Gracias a los niños cuyas palabras inocentes me animaron.

Gracias a mis mayores cuyas oraciones me fortalecieron.

---

\*\*\* Discurso traducido al castellano consultado en: REDACCIÓN de Europa Press, “Vídeo: El emotivo discurso que Malala Yousafzai dio frente a los líderes de la ONU en 2013”, *Europa Press*, 10 de octubre de 2014: <http://www.europapress.es/internacional/noticia-video-emotivo-discurso-malala-yousafzai-dio-frente-lideres-onu-2013-20141010130733.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

Me gustaría dar las gracias a mis enfermeras, médicos y todo el personal de los hospitales de Pakistán y el Reino Unido y el Gobierno de los Emiratos Árabes Unidos, que me han ayudado a ser mejor y recuperar mi fuerza.

Apoyo plenamente el Sr. Ban Ki-moon, Secretario General de la Global Education First Initiative y el trabajo del enviado especial de la ONU Sr. Gordon Brown.

Y les doy las gracias tanto por el liderazgo que siguen dando.

Ellos siguen inspirando a todos a la acción.

Queridos hermanos y hermanas recuerden una cosa.

El día de Malala no es mi día.

Hoy es el día de cada mujer, cada niño y cada niña que han levantado su voz por sus derechos.

Hay cientos de activistas de derechos humanos y de trabajadores sociales, que no sólo están hablando de los derechos humanos, están luchando para alcanzar sus metas de la educación, la paz y la igualdad. Miles de personas han sido asesinadas por los terroristas y millones han resultado heridos.

Yo sólo soy uno de ellos.

Así que aquí estoy, una niña de entre muchos.

Hablo, no por mí, sino por todos los niños y niñas.

Yo levanto mi voz, no lo que yo puedo gritar, sino para que los sin voz puedan ser oídos.

Aquellos que han luchado por sus derechos:

Su derecho a vivir en paz.

Su derecho a ser tratado con dignidad.

Su derecho a la igualdad de oportunidades.

Su derecho a la educación.

Queridos amigos, el 9 de octubre de 2012, un Talibán me disparó un tiro en el lado izquierdo de mi frente.

Ellos también dispararon a mis amigos.

Ellos pensaron que las balas nos harían callar.

Pero ellos fallaron.

Y después de aquel silencio vinieron miles de voces.

Los terroristas pensaron que ellos cambiarían nuestros objetivos y pararían nuestras ambiciones, pero nada ha cambiado en mi vida excepto esto: la debilidad, el miedo y la falta de esperanza murieron, la fuerza, el poder y el coraje nacieron.

Yo soy la misma Malala.

Mis ambiciones son las mismas.

Mis esperanzas son las mismas.

Mis sueños son los mismos.

Queridos hermanos y hermanas, no estoy contra nadie.

Tampoco debo aquí hablar en términos de venganza personal contra los talibanes o cualquier otro grupo de terroristas.

Debo aquí hablar por encima de todo por el derecho a la educación de cada niño.

Quiero la educación para los hijos y las hijas de todos los extremistas sobre todo el Talibán.

Ni siquiera odio al talibán que me disparó.

Incluso si tuviera un arma en la mano y se pusiera delante de mí.

Yo no le dispararía.

Esta es la compasión que he aprendido de Mahoma, el profeta de la misericordia, Jesucristo y Buda.

Este es el legado de los cambios que he heredado de Martin Luther King, Nelson Mandela y Muhammad Ali Jinnah.

Esta es la filosofía de la no violencia que he aprendido de Gandhi, Bacha Khan y la Madre Teresa.

Y este es el perdón que he aprendido de mi madre y mi padre.

Esto es lo que mi alma me dice, ser pacífica y amar a cada uno.

Queridos hermanos y hermanas:

nos damos cuenta de la importancia de la luz cuando vemos la oscuridad.

Nos damos cuenta de la importancia de nuestra voz cuando estamos silenciados.

De la misma manera, cuando estábamos en Swat, al norte de Pakistán, nos dimos cuenta de la importancia de las plumas y libros cuando vimos las armas.

El sabio refrán: "La pluma es más poderosa que la espada" es verdad.

Los extremistas tienen miedo de los libros y los bolígrafos.

El poder de la educación les da miedo.

Tienen miedo de las mujeres.

El poder de la voz de las mujeres les da miedo.

Y es por eso, que mataron a 14 estudiantes de medicina inocentes en el reciente ataque en Quetta.

Y es por eso, que mataron a muchas maestras y a los trabajadores contra la poliomielitis en Khyber Pukhtoon Khwa y Fata.

Es por eso, que están arruinando las escuelas todos los días.

Debido a que ellos tuvieron y tienen miedo al cambio, miedo a la igualdad que vamos a traer en nuestra sociedad.

Recuerdo que había un chico en la escuela que fue preguntado por un periodista, "¿Por qué los talibanes están contra la educación?"

Respondió simplemente señalando a su libro: "Un talibán no sabe lo que está escrito en el interior de este libro."

Ellos piensan que Dios es un diminuto ser conservador que envía a las niñas al infierno sólo por ir a la escuela.

Los terroristas están haciendo mal uso del nombre del islam y la sociedad pastún para sus propios beneficios personales.

Pakistán es un país pacífico democrático.

Los pastunes quieren educación para sus hijas e hijos.

Y el islam es una religión de paz, humanidad y hermandad.

El islam dice que no sólo es el derecho de cada niño a recibir educación, sino que es su deber y responsabilidad.

Honorable Secretario General, la paz es necesaria para la educación.

En muchas partes del mundo, especialmente en Pakistán y Afganistán, el terrorismo, las guerras y los conflictos no permiten que los niños vayan a sus escuelas.

Estamos muy cansados de estas guerras.

Las mujeres y los niños están sufriendo en muchas partes del mundo de muchas maneras.

En la India, los niños inocentes y pobres son víctimas de la explotación infantil. Muchas escuelas han sido destruidas en Nigeria.

Las personas en Afganistán se han visto afectadas por los obstáculos del extremismo durante décadas.

Las niñas tienen que hacer el trabajo infantil doméstico y se ven obligadas a casarse a edad temprana.

La pobreza, la ignorancia, la injusticia, el racismo y la privación de derechos básicos son los principales problemas que enfrentan los hombres y las mujeres.

Queridos compañeros, hoy me estoy centrando en los derechos de la mujer y educación de las niñas, ya que son los más sufren.

Hubo un tiempo en que las mujeres activistas sociales pidieron a los hombres defender sus derechos.

Pero, esta vez, lo haremos por nosotras mismas.

No digo a los hombres que caminen lejos de hablar de los derechos de la mujer más bien me estoy centrando en las mujeres a ser independientes para luchar por sí mismas.

Queridos hermanos y hermanas, ahora es el momento de hablar.

Así que hoy, apelamos los líderes mundiales para que cambien sus políticas estratégicas en favor de la paz y la prosperidad.

Hacemos un llamado a los líderes mundiales a que todos los tratados de paz deban proteger a las mujeres y los derechos de los niños.

Un acuerdo que va en contra de la dignidad de la mujer y sus derechos es inaceptable.

Hacemos un llamamiento a todos los gobiernos a garantizar la educación gratuita y obligatoria para todos los niños en todo el mundo.

Hacemos un llamamiento a todos los gobiernos para luchar contra el terrorismo y la violencia, proteger a los niños contra la brutalidad y el daño.

Hacemos un llamamiento a las naciones desarrolladas a apoyar la extensión de oportunidades educativas para muchachas en el mundo en desarrollo.

Apelamos a todas las comunidades a ser tolerantes, a rechazar el prejuicio basado en la casta, el credo, la secta, la religión o el género.

Asegurar la libertad y la igualdad para las mujeres de modo que ellas puedan prosperar.

No podemos tener éxito cuando la mitad de nosotros no pueden.

Hacemos un llamado a nuestros hermanos de todo el mundo para ser valiente, para abrazar la fuerza dentro de sí mismos y desarrollar todo su potencial.

Queridos hermanos y hermanas,

queremos escuelas y educación para un futuro brillante para cada niño.  
Continuaremos nuestro camino a nuestro destino de paz y educación para todos.

Nadie nos puede parar.

Hablaremos de nuestros derechos y traeremos el cambio a través de nuestra voz.

Debemos creer en el poder y la fuerza de nuestras palabras.

Nuestras palabras pueden cambiar el mundo.

Porque estamos todos juntos, unidos por la causa de la educación.

Y si queremos lograr nuestro objetivo, es preciso promocionarnos a nosotros mismos con el arma del conocimiento y defendernos con unidad y solidaridad.

Queridos hermanos y hermanas,

no debemos olvidar que millones de personas sufren la pobreza, la injusticia y la ignorancia.

No hay que olvidar que millones de niños están fuera de las escuelas.

No debemos olvidar que nuestros hermanos y hermanas están a la espera de un futuro brillante pacífico.

Así que vamos a librar una lucha global contra el analfabetismo, la pobreza y el terrorismo y vamos a recoger los libros y lápices. Son nuestras armas más poderosas.

Un niño, un maestro, un bolígrafo y un libro pueden cambiar el mundo.

La educación es la única solución.

La educación primero.

Enlace al vídeo en Internet:

<https://www.youtube.com/watch?v=UJZHFlao88Y> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

## **BIBLIOGRAFÍA**



- AGUIRRE ROMERO, Joaquín M<sup>a</sup>, “Niño y poeta. La mistificación de la infancia en el Romanticismo”, *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*, Madrid, Universidad Complutense, 1998, núm. 9: <http://webs.ucm.es/info/especulo/numero9/ninoroma.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- ALBALADEJO, Tomás, “Semántica y sintaxis del texto retórico: inventio, dispositio y partes orationis”, *Estudios de Lingüística*, 1988/89, núm. 5, pp. 9-15.
  
- ---, *Retorica*, Madrid, Síntesis, 1991.
  
- --- y CHICO RICO, Francisco, “El lenguaje y la teoría lingüístico-textual y pragmática”, *Teoría/Crítica*, 1996, núm. 3, pp. 335-351.
  
- ---, “Textualidad y comunicación: persistencia y renovación del sistema retórico (La Rhetorica recepta como base de la retórica moderna)”, en: RUIZ CASTELLANOS, Antonio, VIÑEZ SÁNCHEZ, Antonia y SÁEZ DURÁN, Juan (coord.), *Retórica y texto. III Encuentro Interdisciplinar sobre Retórica, Texto y Comunicación*, Cádiz, Universidad de Cádiz, 1998, pp. 3-14.
  
- ---, “Polyacroasis in Rhetorical Discourse”, *The Canadian Journal of Rhetorical Studies*, 1998, núm.9, pp. 155-167.
  
- ---, “La *intellectio* en la serie de las operaciones retóricas no constituyentes de discurso”, *Teoría/Crítica*, 1998, núm. 5, número monográfico: “Retórica hoy”, pp. 339-352.
  
- ---, “La poliacroásis como componente de la comunicación retórica”, *Tropelías, Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 1998-1999, pp. 9-10, 5-20.
  
- ---, “Los géneros retóricos: clases de discurso y constituyentes textuales”, en Paraíso, I. (coord.), *Téchné Rhetoriké. Reflexiones actuales sobre la tradición retórica*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 1999, pp. 57-64.

- ---, “Polifonía y poliacroásis en la oratoria política. Propuestas para una retórica bajtiniana”, en: F. Cortés Gabaudan, G. Hinojo Andrés, A. López Eire, A. (eds.), *Retórica, Política e Ideología. Desde la antigüedad hasta nuestros días, Actas del II Congreso Internacional de LOGO*, Asociación Española de Estudios sobre Lengua, Pensamiento y Cultura Clásica, Salamanca, 24 -29 de noviembre de 1997, Salamanca, Logo, Vol. III, Ponencias 2000, pp. 11-21.
  
- ---, “Poliacroásis en la oratoria de Emilio Castelar”, en: J. A. Hernández Guerrero, F. Coca Ramírez, I. Morales Sánchez (coord.), *Emilio Castelar y su época. Ideología, Retorica y Poética*, Cádiz, Universidad de Cádiz, 2001, pp. 17-36.
  
- ---, “Retórica, tecnologías y receptores”, *Logo. Revista de Retórica y Teoría de la Comunicación*, 2001, núm.1, pp. 9-18.
  
- ---, “Retórica y propuesta de realidad (La ampliación retórica del mundo)”, *Tonos Digital, Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 2001, núm. 1: [https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/36358/1/Ret%c3%b3rica%20y%20propuesta%20de%20realidad%20\(La%20ampliaci%c3%b3n%20ret%c3%b3rica%20del%20mundo.pdf](https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/36358/1/Ret%c3%b3rica%20y%20propuesta%20de%20realidad%20(La%20ampliaci%c3%b3n%20ret%c3%b3rica%20del%20mundo.pdf) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- ---, “Creación neológica y retórica en la comunicación digital”, en: R. Sarmiento- F. Vilches (Coord.), *Neologismos y sociedad del conocimiento. Funciones de la lengua en la era de la globalización*, Barcelona, Ariel, 2007, pp. 79-90.
  
- ---, “La poliacroásis en la representación literaria. Un componente de la retórica cultural”, *Castilla. Estudios de Literatura*, 2009, núm. 0, pp.1-26: <https://revistas.uva.es/index.php/castilla/article/view/1> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- ---, “Retórica de la comunicación y retórica en sociedad”, en: Helena Beristáin, Gerardo Ramírez Vidal (eds.), *Crisis de la historia. condena de la política y desafíos sociales*, México, UNAM, 2009, pp. 39-58.

- ---, “Literatura y tecnología digital: producción, mediación, interpretación”, Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2009: [http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/literatura-y-tecnologa-digital-produccin-mediacin-interpretacin-0/html/02485b9e-82b2-11df-acc7-002185ce6064\\_2.html](http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/literatura-y-tecnologa-digital-produccin-mediacin-interpretacin-0/html/02485b9e-82b2-11df-acc7-002185ce6064_2.html) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- ---, “La poliacroásis y su manifestación en la retórica política. (A propósito del discurso inaugural de Barack Obama)”, en J. L. Cifuentes, A. Gómez, A. Lillo, J. Mateo, E. Yus (eds.), *Los caminos de la lengua. Estudios en homenaje a Enrique Alcaraz Varó*. Alicante, Universidad de Alicante, 2010, pp. 927-939.
  
- ALBERICH PASCUAL, Jordi, “Notas para una estética audiovisual digital”, en: Alberich, J. y Roig, A. (coord.), *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*, Barcelona, UOC, 2010.
  
- ALCÁNTARA PLÁ, Manuel, “Las unidades discursivas en los mensajes instantáneos de wasap”, *Estudios de Lingüística del Español*, 2014, núm. 35.1, pp. 214-233.
  
- ---, *Palabras invasoras. El español de las nuevas tecnologías*, Madrid, Los libros de la Catarata, 2017.
  
- ALONSO, Julio, “Identidad y reputación digital”, *Cuadernos de comunicación Evoca*, Madrid, Evoca Comunicación e Imagen, 2011, núm. 5, p. 6.
  
- ANDREWS, Avital, “The 30 Top Thinkers Under 30: The Aspiring Princess Who Wants to See Major Changes in America's Education System”, *Pacific Standard Magazine*, 29 de abril de 2014: <https://psmag.com/education/30-top-thinkers-30-aspiring-princess-wants-see-major-changes-americas-education-system-77619>. [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- ANIS, Jacques, *Parlez vous texto?*, París, Le Cherche midi Éditeur, 2001.

- ARÉN, Esther, “Darle un smartphone a un niño de 10 años es como darle un coche a 200 km/h”, *Onda Cero Radio*: [http://www.ondacero.es/programas/julia-en-la-onda/audios-podcast/entrevistas/esther-aren-darle-un-smartphone-a-un-nino-de-10-anos-es-como-darle-un-coche-a-200kmh\\_2016020156af95e94beb28458d26a491.html](http://www.ondacero.es/programas/julia-en-la-onda/audios-podcast/entrevistas/esther-aren-darle-un-smartphone-a-un-nino-de-10-anos-es-como-darle-un-coche-a-200kmh_2016020156af95e94beb28458d26a491.html) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- ARISTÓTELES, *Poética*, introd. y trad. ital. Paduano Guido, Bari, Laterza, 2003.
  
- ---, *Retórica*, trad. cast. Ramírez Trejo, Arturo, México DF, UNAM, 2002.
  
- ARRIBAS REBOLLO, Julián, *Sobre el tipo de estilo dulzura: Hermógenes en Antonio Lulio*, Charlotte NC, Johnson C. Smith University, 2007: [http://fenix.cichcu.unam.mx/libroe\\_2006/0794590/06\\_c02.pdf](http://fenix.cichcu.unam.mx/libroe_2006/0794590/06_c02.pdf); [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- ARTUSA, Marina, “Zygmunt Bauman: Vivimos en dos mundos paralelos y diferentes: el online y el offline”, *Clarín, Periodico digital*, 6 de julio de 2014: *Ssociólogos. Blog de Sociología y Actualidad*, 6 de julio de 2014: <http://ssociologos.com/2014/07/06/zygmunt-bauman-vivimos-en-dos-mundos-paralelos-y-diferentes-el-online-y-el-offline/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- AUSTIN, John Langshaw, *Como hacer cosas con palabras*, trad. cast. Carrió, Genaro-Rabossi, Eduardo, Barcelona, Paidós, 1982.
  
- BARTHES, Roland, *La retorica antica*, trad. ital. Fabbri Paolo, Bompiani, Milano, 1972.
  
- ---, *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1993.
  
- ---, “Las Láminas de la Enciclopedia”, en *El grado cero de la escritura seguido de Nuevos Ensayos críticos*, México D.F., Siglo XXI Editores, 2006.

- BASILE, Giovan Battista, *Lo cunto de li cunti, overo lo trattenemiento de peccerille*, Milano, Garzanti, 1995.
  
- BAUMAN, Zygmunt, “Vivimos en dos mundos paralelos y diferentes: el online y el offline” [Entrevista de Marina Artusa], *Ssociólogos. Blog de Sociología y Actualidad*, 6 de julio de 2014: <http://ssociologos.com/2014/07/06/zygmunt-bauman-vivimos-en-dos-mundos-paralelos-y-diferentes-el-online-y-el-offline/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- BAZZANELLA, C., “Tratti prototipici del parlato e nuove tecnologie”, en: Burr, E., (a cura di), *Tradizione e Innovazione. Il parlato: teoria - corpora - linguistica dei corpora*, Atti del VI Convegno SILFI (Duisburg, Gerhad-Mercator Universität, 28 giugno - 2 luglio 2000), Firenze, Cesati Editore, 2005, pp. 427-440.
  
- BERLANGA Fernández, Inmaculada, MARTÍNEZ, Estrella, “Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso de Facebook”, *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, mayo–agosto, 2010, núm. 2.
  
- ---, GARCÍA, Francisco, VICTORIA Mas, Juan Salvador, "Ethos, pathos y logos en Facebook. El usuario de redes: nuevo "rétor" del siglo XXI", *Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 2013, núm. 41, XXI, pp.121-130: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4376477> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- ---, GARCÍA, Francisco *Ciberretórica: Aristóteles en las redes sociales: ("Manual" de retórica en la comunicación digital)*, Fragua, 2014.
  
- ---, VICTORIA Mas, Juan Salvador, ALBERICH Pascual, Jordi, "Facebook y la metáfora. La comunicación retórica en las redes sociales", *Signa. Revista de la Sociedad Española de Semiótica*, 25, 2016, pp. 413-431: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5476777>. [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- BERRETTA, M., “Il parlato contemporaneo”, en SERIANNI Luca,

TRIFONE, Pietro, *op. cit.*, 1994, Vol. II, pp. 239-270.

- BERRUTO, Gaetano, “Italiano parlato e comunicazione mediata dal computer”, en: HÖLKER, Klaus- MAAS Christiane, (a cura di), *Aspetti dell’Italiano Parlato*, *op. cit.*, 2005, pp. 137-156.
- BESEGHI, Emy - GRILLI, Giorgia, (a cura di), *La letteratura invisibile*, Roma, Ed. Carocci, 2011.
- BLAKE, William, *The Complete Poetry & Prose of William Blake*. Newly Revised Edition Edited by David V. Erdman. Commentary by Harold Bloom: *The William Blake Archive*: <http://erdman.blakearchive.org/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- ---, *Canciones de inocencia y de experiencia*, trad. cast. Suescún, Nicolás, Caracas, Fundación Editorial El perro y la rana, 2009: <https://es.scribd.com/doc/209938451/29286183-Canciones-de-inocencia-y-de-experiencia-William-Blake-pdf> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- BOERO, Pino - DE LUCA, Carmine, *La letteratura per l’infanzia*, Bari, Laterza, 2010.
- BONOMI I., - MASINI, A., - MORGANA, S. (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, Roma, Carocci, 2003.
- BOZZI, Paolo, *Fisica ingenua. Oscillazioni, piani inclinati e altre storie: studi di psicologia della percezione*, Milano, Garzanti, 1990.
- BRUNER, Jerome, *Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*, Barcelona, Gedisa, 1998.
- BURR, E., (a cura di), “Tradizione e Innovazione. Il parlato: teoria-corpora-linguistica dei corpora”, *Atti del VI Convegno SILFI* (Duisburg, Gerhad-Mercator Universität, 28 giugno - 2 luglio 2000), Firenze, Cesati Editore, 2005.
- CALARESU, Emilia, “Quando lo scritto si finge parlato”, en: HÖLKER, Klaus- MAAS Christiane, (a cura di), *Aspetti dell’Italiano*

*Parlato, op. cit.*, 2005, pp. 65-92.

- CALBOLI, Gualtiero, (a cura di), *Ad C. Herennium de ratione dicendi*, Bologna, Patrón, 1993.
- CAPECCHI, Saveria, *Identità di genere e media*, Roma, Carrocci Editore, 2006.
- CARON, André - CARONIA, Letizia, *Moving Cultures: Mobile Communication in Everyday Life*, Montréal: MQUP, 2007.
- CASSANY, Daniel, *Tras las líneas*, Barcelona, Anagrama, 2006
- ---, *En línea. Leer y escribir en la red*. Barcelona, Anagrama, 2012.
- CASTELLS, Manuel, *La nascita della società in rete*, Milano, Università Bocconi Editore, 2008.
- ---, *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza Editorial, 2009.
- CASTILLO, Antonio, *Neologismos y sociedad de conocimiento*, Barcelona, Ariel, 2007.
- CALVINO, Italo, *Charles Perrault, I racconti di Mamma Oca*, Torino, Ed. Einaudi, 1980.
- CHICO RICO, Francisco, ALBALADEJO, Tomás, “La intellectio: notas sobre una sexta operación retórica”, *Castilla, Estudios de Literatura*, Universidad de Valladolid, 1989, núm. 14, pp. 47-55.
- CHINAPPI, Andrea, “L’essenziale è invisibile agli occhi”, *L’intellettuale dissidente*, 2 de febrero de 2013: <http://www.lintellettualeedissidente.it/cultura/l-essenziale-e-invisibile-agli-occhi/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- ---, “Questa nuova metafisica chiamata ‘Social’”, *L’intellettuale dissidente*, diario periodístico digital, 26 de enero de 2015. Online en:

<http://www.lintellettualedissidente.it/societa/questa-nuova-metafisica-chiamata-social/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- CLIMENT, Josef, obispo de Barcelona, *Sermones*, Barcelona, Oficina de Tecla Pla Viuda, administrada por Vicente Verdaguer, 1815, *Hathitrust*. *Digital* *Library:*  
<https://catalog.hathitrust.org/Record/009343726>. [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- COLEMAN Joyce, “Aurality”, en: STROHM Paul, (Ed.) *Middle English*, New York, Oxford University Press, 2007, pp. 68-69.
- COMPAGNONE, Maria Rosaria, *Linguaggio SMS: il parlato digitato*, Liguori Editore, 2014.
- CORTELLAZZO, Michele, “Il parlato giovanile”, en: SERIANNI Luca, TRIFONE Pietro, *op. cit.*, Torino, Einaudi, 1994, Vol. II, p. 291- 317.
- COSENZA, Giovanna, *Semiotica dei nuovi media*, Roma-Bari, Laterza Editore, 2008.
- COVERI, Lorenzo, De NARDIS, Alessandra, “Lingua italiana e giovani leve operaie” en: Simone, Raffaele - Ruggiero Giulianella (a cura di), *Atti dell'VIII Congresso Internazionale di Studi. “Aspetti sociolinguistici dell'Italia contemporanea”*. (Bressanone, 31 maggio - 2 giugno 1974), Roma, 1977, pp. 235-272
- CROCE, Benedetto, *Indagini su Hegel e schiarimenti filosofici*, Bari, Laterza, 1967.
- CURTIUS, Ernst, Robert, *Letteratura europea e Medio Evo latino*, trad. ital. Antonelli Roberto, Firenze, La Nuova Italia, 1992.
- D’AMATO, Marina, *Ci siamo persi i bambini*, Bari, Laterza, 2014.
- DEL CORNO, Franco- MANSI, Gianluigi, *SMS. Straordinaria fortuna di un uso improprio del telefono*, Milano, Raffaello Cortina, 2002.



- DE MAN, Paul, *Alegorías de la lectura*, trad. cast. Lynch Enrique, Barcelona, Lumen, 1990.
  
- DESSI, Antonio, “Bambini erotizzati: vittime di schizofrenia moderna”, *Nella stanza dello psicologo, Blog di psicoterapia*: [www.antonio-dessi.blog.tiscali.it](http://www.antonio-dessi.blog.tiscali.it) [Último acceso: 28 de abril de 2018].
  
- DEVOTO, Giacomo- OLI, Giancarlo, *Vocabolario dell'italiano contemporaneo*, Firenze, Le Monnier, 2004.
  
- DIAGO Gómez, Gloria, “Aplicación de las estrategias retóricas (partis orationis) para el estudio de la comunicación web”, *Fisec Estrategias*, núm. 3, 2006.
  
- DICKENS, Charles, *Las aventuras de Oliver Twist*, Biblioteca virtual universal, 2006: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/131510.pdf>. [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- DOTTORI, Ricardo - REALE, Giovanni. *Gadamer Hans Georg, La responsabilità del pensare: saggi ermeneutici (1900-2002)*. Milano, Vita e Pensiero Università, 2002.
  
- ECO, Umberto, *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Torino, Einaudi, 1984.
  
- ---, *La struttura ausente*, trad. cast. Serra Cantarell, Francisco, Barcelona, Lumen, 1974.
  
- ---, “La società liquida”, *L'Espresso*, 21 de mayo de 2015: [http://espresso.repubblica.it/opinioni/la-bustina-di-minerva/2015/05/27/news/la-societa-liquida-1.214625?refresh\\_ce](http://espresso.repubblica.it/opinioni/la-bustina-di-minerva/2015/05/27/news/la-societa-liquida-1.214625?refresh_ce) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- ELKIND, David, *The Hurried Child*, NewYork, Addison-Wesley, 1988.
  
- ENCICLONET      Enciclopedia      Universal      Micronet:

<http://www.enciclonet.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- ENZENSBERGER, Hans Magnus, *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, trad. cast. Faber-Kaiser, Michael, Barcelona, Anagrama, 1974.
- FABBRONI Barbara, *L'SMS: una tribù comunicativa*, Roma, Edizioni Universitarie Romane, 2007.
- FABRO Cornelio, *Scritti sulla comunicazione*, Roma, Logos, 1979.
- FERNANDÉZ RODRÍGUEZ, María Amelia, “La función de las imágenes en la retórica de Emilio Castelar: Ante los ojos”, en: Hernández Guerrero, J. A. (ed.), Coca Ramírez, F. y Morales Sánchez, I. (coord.), *Emilio Castelar y su época. Ideología, Retórica y Poética. Actas del I Seminario Emilio Castelar*, Cádiz, Ediciones de la Universidad de Cádiz, 2000, pp. 189-202.
- ---, “Los nuevos lectores”, *Tonos Digital. Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 4, 2002: <http://www.um.es/tonosdigital/znum4/estudios/Ameliafernandez.htm> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- ---, *Una idea de maravillosísima hermosura. Poética y Retórica ante la Lírica en el siglo XVI*, Madrid, UAM Ediciones, 2003.
- ---, “La creación argumentativa del Ciberespacio. Las “falacias” del canal y la autoridad por el contexto. Del desván de Xanadú a la Blogosfera”, Fernando Garrido (coord.), *Actas electrónicas del 2º Congreso On Line del Observatorio para la Cibersociedad*, 25 pp., Barcelona, Generalitat de Catalunya – Diputació Barcelona, Cornellà Net, dd Media, 2005.
- ---, “Tengo un sueño. Emilio Castelar y Martin Luther King. Utopía, Literatura y Retórica en el discurso antiesclavista”, en: Hernández Guerrero, J. A., García Tejera, M. C., Morales Sánchez, I. y Coca Ramírez, F. (coord.), *Oratoria y Literatura. Actas del IV Seminario Emilio Castelar*, Cádiz, Ediciones de la Universidad de Cádiz, 2004, pp. 35-42.

- ---, “Ecos acústicos, ecos digitales: reflexión sobre la recepción y la creación ‘literarias’ en el medio digital”, Cuadernos de Literatura, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana de Colombia, Vol. XII, n. 23 (número monográfico “Narrativa digital”), 2007, pp. 75-89: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cualit/article/view/6556> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- ---, “Digitalidad intertextual. Análisis retórico del discurso de Severn Suzuki ante la ONU (Río de Janeiro, 3 de junio de 1992). La niña que hizo callar al mundo durante seis minutos” en VV. AA., *Crisis analógica, futuro digital: Actas del IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad, celebrado del 12 al 29 de noviembre de 2009*, Barcelona, Cornellà Net, dd Media Cultura i Comunicació, 2010.
  
- ---, “La evidencia retórica como rasgo interdiscursivo para un análisis comparado: oratoria, literatura y espectáculo”, en: Alemany Ferrer, R. y Chico Rico, F., (eds.), *Literatura i Espectacle. Literatura y Espectáculo*, Alicante, Universitat d’Alacant – SELGYC, 2011, pp. 203-214.
  
- FERRONI, Giulio - CORTELAZZO, Michele, “6 proprio 3mendo: dalla lettera ai messaggini in codice”, *Corriere della Sera*, 19 de agosto de 2000: <http://archivio.corriere.it/Archivio/interface/slider.html#!ferroni-giulio/19-08-2000/19-08-2000/NobwRAdghgtgpmAXGAJlAlIMAAaMAzAJwHsYkwBGATgHoAGADmoCZbWcx0iyq7GW2AvtnDR4ZANZwAngHciBFO3RwAHujJ44BYhACWAAgDmugK4AbXVwEBdIA> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- FILÓSTRATO, *Vidas de los sofistas*, trad. cast. Giner Soria M<sup>a</sup>. Concepción, Madrid, Gredos, 1982.
  
- FRANZINI Elio, MAZZOCUT-MIS Maddalena, *Breve storia dell'estetica*, Milano, Ed. Bruno Mondadori, 2003.
  
- FONTEVECCHIA, Jorge, “Zygmunt Bauman: Ser populista no es siempre malo”, *Perfil. Periódico digital*: <http://www.perfil.com/internacional/zygmunt-bauman-ser-populista-no-es-siempre-malo.phtml> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- FUNDACIÓN Telefónica – EDITORIAL Ariel, *Identidad digital: el nuevo usuario en el mundo digital*, Madrid, 2013: [https://www.fundaciontelefonica.com/arte\\_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/229/?\\_ga=2.98811737.611170108.1515665262-1648659255.1515665262](https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/229/?_ga=2.98811737.611170108.1515665262-1648659255.1515665262) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- FUNDACIÓN Terre des Hommes Italia, *Carta di Milano. Per il rispetto delle bambine e dei bambini nella comunicazione*: <http://www.cartadimilano.org/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- FUSCO, Fabiana- MARCATO, Carla, (a cura di), *Forme della comunicazione giovanile*, Roma, Il Calamo, 2005.
  
- GABETTI, Cristina, “Versione integrale dell’intervista a Severn Sullis Suzuki pubblicata oggi su sette – Corriere della Sera”, *Sitio web de Cristina Gabetti*: <http://www.cristinagabetti.com/articoli/versione-integrale-dellintervista-a-severn-cullis-suzuki-pubblicata-oggi-su-sette-corriere-della-sera/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- GAMERO, Ruth, “La configuración de la identidad digital”, *Nota Enter-IE 131*, 2 de junio de 2009, p. 1: [https://observatorio.iti.upv.es/media/managed\\_files/2009/06/03/11569.pdf](https://observatorio.iti.upv.es/media/managed_files/2009/06/03/11569.pdf) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- GAMONAL Arroyo, Roberto, “Ciber-retorica. La retórica en Internet”, *Revista Icono 14*, núm. 3, Madrid, 2004.
  
- GARCÍA Berrio, Antonio, *La lingüística moderna*, Barcelona, Planeta, 1976.
  
- ---, “Retórica como ciencia de la expresividad. Presupuestos para una retórica General”, *Estudios de Lingüística*, Madrid, 1984, núm. 2, pp. 7-59.
  
- ---, *Crítica literaria: Iniciación al estudio de la Literatura*, Madrid, Cátedra, 2004.

- GARTON ASH, Timothy, *Libertad de palabra*, trad. cast. Benítez, Araceli Maira, Barcelona, Tusquets Editores S.A., 2017.
  
- GAY ARELLANO, Angélica-MEYRA SEGURA, Clara, “El año Internacional de la Juventud, sólo retórica”, *Contralínea. Revista de periodismo de investigación*, 21 de agosto de 2011. Online en: <http://www.contralinea.com.mx/archivo-revista/2011/08/21/el-ano-internacional-de-la-juventud-solo-retorica/>; [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- GOETHE, Johann Wolfgang, *Las desventuras del joven Werther*, trad. cast. González y García Carrascal, Manuel José, Madrid, Cátedra, 1983.
  
- GOLLAYAN, Christian, “Subway riders are turning to this 11-year-old shrink for advice”, *New York Post*, 11 de diciembre de 2016: <http://nypost.com/2016/12/11/subway-riders-are-turning-to-this-11-year-old-shrink-for-advice/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- GOMÁ LANZÓN, Javier, *La ingenuidad aprendida*, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2011.
  
- GÓMEZ REDONDO, Fernando, *La Neorretórica*, Liceus, Excellence, 2004.
  
- GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús, “Perelman y la retórica filosófica. Prólogo a la edición española”, en: Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie, *Tratado de la Argumentación. La nueva retórica*, Madrid, Gredos, 1989, pp. 7-26.
  
- GRIJELMO, Alex: *La seducción de la palabra*, Madrid, Taurus, 2000.
  
- ---, *La información del silencio*, Madrid, Santillana Ediciones Generales, S.L., 2012.
  
- GROUPE  $\mu$ , *Retorica generale*, Milano, Bompiani, 1976.

- GUARDINI, Romano, *Las etapas de la vida*, trad. cast. Mardomingo Sierra, J. C., Madrid, Ed. Palabra S.A., 1997.
- GUILLÉN, Claudio, *Entre lo uno y lo diverso. Introducción a la Literatura comparada*, Barcelona, Crítica, 1985.
- GULLÓN, Ricardo, “Wordsworth”, Edición digital a partir de *Ínsula: Revista Bibliográfica de Ciencias y Letras*, Año 5, núm. 56 (15 agosto 1950), p. 3. Biblioteca virtual Miguel de Cervantes: <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmchd870> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- HÖLKER, Klaus- MAAS Christiane, (a cura di), *Aspetti dell’Italiano Parlato*, Münster-Hamburg- Berlin-Wien-London, Lit Verlag, 2005.
- HABERMAS, Jürgen, RORTY, Richard, VATTIMO, Gianni y otros, *El ser que puede ser comprendido es el lenguaje. Homenaje a Hans Georg Gadamer*, trad. cast. Gómez Ramos, Antonio, Madrid, Síntesis, 2001.
- HEIDEGGER, Martín, *Essere e tempo*, trad. ital. Chiodi, Pietro, Milano, Ed. Longanesi, 1976.
- ---, *Sendas perdidas, Holzwege*, trad. cast. Rovira Armengol, José, Buenos Aires, Losada, 1979.
- HERMÓGENES, *Sobre las formas del estilo*, trad. cast. Ruiz Montero, Consuelo, Madrid, Gredos, 1993.
- HERNÁNDEZ Guerrero, José Antonio, GARCÍA Tejera María del Carmen, *Historia breve de la retórica*, Madrid, Síntesis, 1994.
- ---, *El Arte de hablar. Manual de Retórica práctica y de oratoria moderna*, Barcelona, Ariel S.A., 2004.
- HERRERA, C., MANJAVACAS Ramírez, M., TEJADO, Y., “El

español de los jóvenes”, *Donde dice, Boletín de la Fundación del español urgente*, julio-septiembre 2008, núm. 12.

- HESÍODO, *Obras y Fragmentos*, trad. cast. Pérez Jiménez, Aurelio – Martínez Díez, Alfonso, Madrid, Gredos, 1978.
- HOVLAND, Carl, JANIS, Irving, KELLEY, Harold, *Communication and persuasion*, New Haven, Yale University Press, 1953.
- ---, *Personality and persuasibility*, New Haven, Yale University Press, 1959.
- IACOBONI, Marco, “Entrevista de Eduard Punset con Marco Iacoboni, neurocientífico de la Universidad de California, Los Ángeles. Madrid, 8 de diciembre del 2009”: *Redes para la ciencia*. Título: “Mentes conectadas sin brujería” – emisión 56 (18 y 21/04/2010) – temporada 14: <https://www.redesparalaciencia.com/wp-content/uploads/2010/04/entrev56.pdf> [Último acceso: 30 de abril de 2018]
- ---, *Las neuronas espejo. Empatía, neuropolítica, autismo, imitación o de cómo entendemos a los otros*, trad. cast. Rodríguez Villegas, Isolda, Madrid, Katz Editores, 2010, pp. 83-84.
- JAKOBSON, Román, “Lingüística e poetica”, *Saggi di linguistica generale*, trad. ital. Heilmann, Luigi- Grassi, Letizia, Milano, Feltrinelli, 1966.
- JAUSS, Hans Robert, *Experiencia estética y hermenéutica literaria*, Madrid, Taurus, 1986.
- JEANNEROD, Marc, *Le cerveau intime*, París, Odili Jacob, 2002.
- KANCYPER, Luis, *Adolescencia, el fin de la ingenuidad*, Buenos Aires, Lumen, 2007.
- KERMODE, Frank, “Il senso della fine. Studi sulla teoria del romanzo”, en: ELLERO, Maria Pia - RESIDORI, Matteo, *Breve manuale di Retorica*, Firenze, Sansoni, 2001, pág. 65.

- KIBEDI VARGA, Aron, *Rhétorique et littérature. Études de structures classiques*, Paris, Picard, 1981.
  
- KIERKEGAARD, Søren, *Opere*, Firenze, Sansoni, 1972.
  
- ---, “La dialettica della comunicazione etica ed etico religiosa”, en FABRO Cornelio (a cura di), Kierkegaard. *Scritti sulla comunicazione*, Roma, Logos, 1979.
  
- ---, *La época presente*, trad. cast. Svensson Manfred, Madrid, Trotta Editorial, 2012.
  
- *La educación prohibida*, dirigida por Germán Doín, *YouTube*: Enlace a la película: <http://www.youtube.com/watch?v=-1Y9OqSJKCc> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- LABORDA GIL, Xavier, *De Retórica. La comunicación persuasiva*. Barcelona, UOC, 2012.
  
- LAKOFF, George - JOHNSON, Mark, *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra, 1986.
  
- LAMENDOLA, Francesco, “È la perdita dell’ingenuità la malattia mortale del mondo moderno”, *Rassegna stampa di Arianna Editrice*, 9 de junio de 2008: [https://www.ariannaeditrice.it/articolo.php?id\\_articolo=19585](https://www.ariannaeditrice.it/articolo.php?id_articolo=19585) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- LANDOW, George, *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, trad. cast. Ducher, Patrick, Barcelona, Paidós Ibérica, 1995.
  
- ---, (comp.), *Teoría del hipertexto*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1997.
  
- ---, *L’ipertesto. Tecnologie digitali e critica letteraria*, trad. ital. Musumeci, Viviana, Milano, Mondadori, 1998.



- LANHAM, Richard A., “A Handlist of Rhetorical Terms”, University of California Press, 1991, en: LEITH, Sam, *Fare con le parole*, trad. ital. Columbo Matteo, Milano, Adriano Salani Editore s.u.r.l., 2013.
  
- ---, “Digital Rhetoric and the Digital Arts”, *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*. Chicago: University of Chicago Press, 1993.
  
- LAUSBERG, Heinrich, *Manual de Retórica literaria*, trad. cast. Pérez Riesco, J., Madrid, Gredos, 1980, 3 vols.
  
- LAVID, Julia, *Lenguaje y nuevas tecnologías*, Madrid: Cátedra, 2005.
  
- LEAL QUEVEDO, Francisco, “La infancia, allí donde nacen las palabras”, *Fundación Cuatro Gatos*: <https://cuatrogatos.org/detail-articulos.php?id=456> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- LECERCLE, Jean Louis, Jean Jacques Rousseau. *Modernité d'un classique*, París, Larousse, 1973, p.177.
  
- LEITH, Sam, *¿Me hablas a mí? La retórica desde Aristóteles hasta Obama*, Madrid, Taurus, 2012.
  
- ---, *Fare con le parole*, trad. ital. Columbo Matteo, Milano, Adriano Salani Editore s.u.r.l., 2013
  
- LÉVY, Pierre, *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*, trad. cast. Martínez Álvarez, F., Washington D. C., Organización Panamericana de la Salud, 2004: <https://ciudadanosconstituyentes.wordpress.com/2016/05/14/la-inteligencia-colectiva-por-una-antropologia-del-ciberespacio-pierre-levy/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- LOMANA, Gloria, “La portentosa voz de Malala”, *El País*, 14 de abril de 2018: [https://elpais.com/elpais/2018/04/13/opinion/1523619024\\_399425.html](https://elpais.com/elpais/2018/04/13/opinion/1523619024_399425.html)

[Último acceso: 30 de abril de 2018].

- LOMAS, Carlos, “Estética, retórica e ideología de la persuasión”, *Signos: Teoria y practica de la Educación*, núm. 3, 1991, pp. 30-51.
- LÓPEZ EIRE, Antonio, *Poéticas y Retóricas griegas*, Madrid, Síntesis, 2002.
- LÓPEZ JIMÉNEZ, Gloria, “El proceso de desintermediación comunicativa”, *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, Madrid, 2014, Vol. VII.
- LO VERME, Stefano, “Le Annotazioni alla *Poetica* di Aristotele di Alessandro Piccolomini”, en: Baldassarri, G., Di Iasio, V., Pecci, P., Pietrobon, E., Tomasi, F., (a cura di), *La letteratura degli italiani. I letterati e la scena. Atti del XVI Congresso Nazionale Associazione Degli Italianisti*, Sassari-Alghero, 19-22 settembre 2012, Roma, Adi editore, 2014.
- LUCÍA, José Manuel, *Elogio del texto digital*. Madrid, Fórcola, 2012.
- LUGLI, Antonio, *Storia della letteratura per l’infanzia*, Firenze, Ed. Sansoni, 1963.
- McLUHAN, Marshall, FIORE, Quentin, *El medio en el mensaje*, Barcelona, Ed. Paidós Ibérica S.A., 1987.
- --- - FIORE, Quentin, AGEL, Jerome, *Guerra y Paz en la Aldea Global*, Barcelona, Ed. Martínez Roca, S.A., 1971.
- ---, *La Galaxia Gutenberg. Génesis del HomoTypographicus*, Madrid, Ed. Aguilar S.A., 1972.
- McNEILL, David, “Hand and mind: What gesture reveal about thought”, Chicago: UCP, 1992, en: Iacoboni, Marco, *Las neuronas espejo*, *op. cit.*, 2010, pp. 83-84

- MANIERI, Alessandra, *L'immagine poetica nella teoria degli antichi. Phantasia e enargheia*, Pisa-Roma Istituti Editoriali e Poligrafici, 1998, p. 123.
  
- MARASCHIO, Nicoletta – DE MARTINO, Domenico, (a cura di), “Se telefonando...ti scrivo. L'italiano al telefono, dal parlato al digitato. I giovani e la lingua”, *Atti dei convegni dell'11 maggio e del 26 novembre 2007*, Firenze, Accademia della Crusca, 2010.
  
- MARTÍN JIMÉNEZ, Alfonso, “La retórica clásica y la neurociencia actual: las emociones y la persuasión”, *Rétor. Asociación Argentina de Retórica*, Vol. 4, núm.1, pp. 56-83: <http://www.revistaretor.org/vol4num1.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- MARRONE, Gianna, *Storia e generi della letteratura per l'infanzia*, Roma, Armando, 2002.
  
- MASINI, A., “L'italiano contemporaneo e la lingua dei media”, en: Bonomi I., - Masini, A., - Morgana, S. (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, Roma, Carocci, 2003, pp. 11-32.
  
- MELERO BELLIDO, Antonio, *Sofistas. Testimonios y fragmentos*, Madrid, Gredos, 1996.
  
- MENCACCI, Claudio, “Una società paranoica”, *Corriere della Sera*, 13 de mayo de 2013: [http://www.corriere.it/salute/13\\_maggio\\_13/societa-paranoica\\_21e027f8-accf-11e2-9acc-55424bfd851f.shtml](http://www.corriere.it/salute/13_maggio_13/societa-paranoica_21e027f8-accf-11e2-9acc-55424bfd851f.shtml) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- MERLO, Juan Carlos, *La literatura infantil y su problemática*, Buenos Aires, El Ateneo, 1980.
  
- MOHN, Tanya, “Long before Twitter, Martin Luther was a media pioneer”, *The New York Times*, 28 de octubre de 2016: [https://www.nytimes.com/2016/10/30/arts/design/long-before-twitter-martin-luther-was-a-media-pioneer.html?\\_r=0](https://www.nytimes.com/2016/10/30/arts/design/long-before-twitter-martin-luther-was-a-media-pioneer.html?_r=0) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- MORTARA GARAVELLI, Bice, *Manuale di Retorica*, Milano, Bompiani, 2000.
- MONTMOLLIN (de), Germaine, *Il cambiamento di atteggiamento*, Roma, Borla, 1996.
- MOREIRA DIAS, Wladimir, *Kairós. El alma del mundo*, USA, Create Space Independent Publishing Platform, 2015, p.15.
- MORETTI, Giampiero, *El genio*, Madrid, Machado, 2016.
- MOROZOV, Evgeny, *L'ingenuità della Rete: il lato oscuro della libertà di internet*, E-book, Codice Edizioni, 2010.
- MOSCOVICI, Serge, (a cura di), *Psicologia Sociale*, Roma, Borla, 1996.
- MURPHY, James, (ed.), *Sinopsis histórica de la Retórica clásica*, Madrid, Gredos, 1988.
- NABOKOV, Vladimir, *Lolita*, trad. cast. Roca Francesc, Barcelona, Anagrama, 2018.
- NEGROPONTE, Nicholas, *Essere digitali*, Milano, Sperling & Kupfer Edizioni, 1999.
- ---, *El mundo digital*, trad. cast. Abdala, Marisa, Barcelona, Ediciones B, S.A., 1995, p. 14.: <https://www.scribd.com/document/50946/Nicholas-Negroponte-El-mundo-digital> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- NERUDA, Pablo, *20 Poemas de amor y una canción desesperada*, Madrid, Alianza, 2015.
- NIELSEN, Jacob, *Usabilidad. Diseño de sitios web*, Madrid, Pearson Educación S.A., 2000, p. 10.
- NIETZSCHE, Friedrich, *Escritos sobre retórica*, trad. cast. Santiago

Guervós, Luis Enrique, Madrid, Trotta Editorial, 2000.

▪ ---, *Plato amicus sed: introduzione ai dialoghi platonici*, trad. ital. Di Giovanni, Piero, Torino, Bollati Boringhieri, 2002.

▪ ---, *Nosotros los filólogos*, trad. cast. Puertas, José Luis, Madrid, Biblioteca Nueva, 2005.

▪ NÓBILE, Angelo, *Literatura infantil y juvenil*, Madrid, Morata, 1992.

▪ OLAIZOLA PÉREZ, Andrés, “Retórica digital o de la argumentación en/con los medios digitales. La retórica forense en tiempos de Twitter”, *Revista Luthor*, núm. 16, 2013: <http://www.revistaluthor.com.ar/spip.php?article80> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

▪ OLIVERIO Ferraris, Anna, STEVANI, Jolanda, “L’erotizzazione dei bambini nella pubblicità”, *Psicologia contemporanea*, enero-febrero de 2008, núm. 205: <http://www.oliverio.eu/anna/SESSUALIZZAZIONE%20BAMBINI.htm> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

▪ ---, *La sindrome di Lolita. Perché i nostri figli crescono troppo in fretta*, Milano, Rizzoli, 2008.

▪ ---, *Chi manipola la tua mente. Vecchi e nuovi persuasori: riconoscerli per difenderli*, Firenze, Giunti, 2010.

▪ PARABIAGIO, Giuliana “Copiando i figli”, *Vogue bambini*, Milano, Ed. Condé Nast, núm. 222, maggio/giugno 2011, p. 11.

▪ PASCAL, Blaise, *Pensamientos*, trad. cast. Zubiri, Xavier, Madrid, Alianza, 2014.

▪ PAZZAGLIA, Mario, *Letteratura italiana: testi e critica con lineamenti di storia letteraria*, Bologna, Zanichelli, 1992.

- PERELMAN, Chaim-OLBRECHTS-TYTECA, Lucie, *Tratado de la Argumentación. La nueva retórica*, trad. cast. Sevilla Muñoz, J., Madrid, Gredos, 1989.
- PISTOLESI, Elena, *Il parlare spedito: l'italiano di chat, e-mail e SMS*, Padova, Esedra, 2004.
- PLATONE, *Gorgia*, trad. ital. Petrucci, Federico, Torino, Piccola Biblioteca Einaudi, 2014.
- ---, *República*, trad. cast. Fernández Galiano, Manuel-Pabón, José Manuel, Madrid, Alianza Editorial, 2013.
- PLUTARCO, Licurgo, en: MERIANI, Angelo-GIANNATTASIO ANDRIA, Rosa (a cura di), *Vite*, Torino UTET, 1998, p. 69.
- POLIDORO, Piero, “La retorica”. *Corso di Linguistica generale*, Teramo, Università di Teramo, 2005/2006,
- PONTECORVO, Clotilde, *Discurso e Retorica*, Torino, Loescher, 1981.
- POSTMAN, Neil, *La scomparsa dell'infanzia. Ecologia delle età della vita*, Roma, Armando Editore, 1991.
- PRENSKY, Marc, “Digital Natives, Digital Immigrants”, *On the Horizon*, MBC University Press, Vol. 9, núm 5, 2001: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky - Digital Natives, Digital Immigrants - Part1.pdf> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- PUJANTE, David, *Manual de retórica*, Madrid, Ed. Castalia, 2003.
- QUINTILIANO, *Instituciones oratorias*, ed. ital. Beta, Simone, Milano, Mondadori, 2001.
- ---, *Instituciones oratorias* por Marco Fabio Quintiliano; traducción directa del latín por Ignacio Rodríguez y Pedro Sandier, Biblioteca virtual Miguel de Cervantes: <http://www.cervantesvirtual.com/obra/instituciones->

oratorias--0/ [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- RADTKE, Edgar, “Varietà giovanili”, en: Sobrero, Alberto, *Introduzione all' italiano contemporaneo*, Bari, Laterza, 1993.
- RAMÍREZ TREJO, Arturo, “Prolegómeno” a la edición española: Aristóteles, *Retórica*, ed. cit., pp. VII- CXXVIII.
- RAIMONDI, Ezio, *La retorica d'oggi*, Bologna, Il Mulino, 2002.
- RAVASI, Gianfranco, “Pur di capire i giovani ho ascoltato Amy Winehouse”, *Atti del Convegno “Culture giovanili emergenti”*, Roma, 31 de enero de 2013.
- RE, Federica, *La persuasión en la Red: Análisis retórico de las estrategias de comunicación en el ámbito político, institucional y cultural. Tesis doctoral*, Universidad Autónoma de Madrid, Biblos – e Archivo, UAM Biblioteca, 2017. Online en: <https://repositorio.uam.es/handle/10486/680140> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario de la lengua española*: <http://www.rae.es> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- REBOUL, Olivier: *Introduction à la rhétorique*, París, Presse Universitaire de France, 2013.
- REDACCIÓN de ABC: “¿Qué es el «sexting»? La moda que se extiende entre los jóvenes”, *ABC*, 30 de julio de 2014: <http://www.abc.es/tecnologia/consultorio/20140730/abci-sexting-snapchat-erotismo-sexo-jovenes-video-201407301155.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- REDACCIÓN de BBC News, “Diary of a Pakistani schoolgirl”, *BBC News*, 19 de enero de 2009: [http://news.bbc.co.uk/2/hi/south\\_asia/7834402.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/south_asia/7834402.stm) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- REDACCIÓN de EAE Business School, “El mercado del videojuego en España movió 763 millones de € en 2014, con un crecimiento del 31% respecto al 2013”, *EAE Business School*, 26 de enero de 2015: <http://www.eae.es/actualidad/noticias/el-mercado-del-videojuego-en-espana-movio-763-millones-de-en-2014-con-un-crecimiento-del-31-respecto-al-2013> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- REDACCIÓN de elcastellano.org. La página del idioma español, “Estudian el lenguaje de los jóvenes”, *El castellano.org. La página del idioma español*, septiembre de 2008: <http://www.elcastellano.org/ns/edicion/2008/septiembre/jovenes.html>; Enlace a las Actas del Seminario “El español de los jóvenes”, San Millán de la Cogolla, septiembre de 2008. [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- REDACCIÓN de Europa Press, “Vídeo: El emotivo discurso que Malala Yousafzai dio frente a los líderes de la ONU en 2013”, *Europa Press*, 10 de octubre de 2014: <http://www.europapress.es/internacional/noticia-video-emotivo-discurso-malala-yousafzai-dio-frente-lideres-onu-2013-20141010130733.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- REDACCIÓN de NBC Washington, “‘The Adults Have Failed Us’. Student Protester Says at Capitol”, *NBC Washington*: [https://www.nbcwashington.com/news/local/Montgomery-County-Maryland-Student-Speech-on-Guns\\_Washington-DC-476850383.html](https://www.nbcwashington.com/news/local/Montgomery-County-Maryland-Student-Speech-on-Guns_Washington-DC-476850383.html) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- REDACCIÓN de Semana: “La historia detrás de las 95 quejas de Lutero contra la Iglesia”, *Semana. Periódico digital*: <http://www.semana.com/gente/articulo/martin-lutero-500-anos-de-sus-95-tesis/523440> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- REUL, Paul, *William Wordsworth*, trad. cast. González Corugedo, Santiago, Barcelona, Júcar, 1982, pp. 122-123.
- RIECHMANN, Jorge, *Autoconstrucción. La transformación cultural que necesitamos*. Madrid, Los libros de la Catarata, 2015.



- RIZZOLATTI, Giacomo-SINIGAGLIA, Corrado, *Las neuronas espejo. Los mecanismos de la empatía emocional*, Barcelona, Paidós, 2006.
- RODRÍGUEZ García, José Luís, *Friedrich Hölderlin: El exiliado en la tierra*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 1987, Vol. 1, p. 302.
- RODRÍGUEZ González, Félix, et al. *Comunicación y lenguaje juvenil*, Madrid, Instituto de Estudios Juan Gil Albert, Editorial Fundamentos, 1989.
- ROJAS Mix, Miguel, *El imaginario*, Buenos Aires, Prometeo, 2006.
- ROSATI, Luca, VERNIER, Federica, *Rete Retorica. Prospettive retoriche della Rete*, Perugia, Edizioni Guerra, 2005.
- ---, *Architettura dell'informazione. Trovabilità: dagli oggetti quotidiani al web*, Apogeoosbook, octubre de 2010.
- ROSSI, Paolo, “Nota sui testi e sulla biografia”, en: Rousseau, Jean-Jacques, *Opere*, Firenze, Sansoni, 1972.
- ROUSSEAU, *Ensayo sobre el origen de las lenguas*, Madrid, Akal, 1980.
- ---, *Emilio, o De la educación*, trad. cast. y notas de Armiño Mauro, Madrid, Alianza Editorial, 2014.
- ROVERSI, Antonio, *Introduzione alla comunicazione mediata dal computer*, Bologna, Il Mulino, 2004.
- RUIZ GURILLO, Leonor, *Hechos pragmáticos del español*, Alicante, Universidad de Alicante, 2007.
- SAINT-EXUPÉRY(de), Antoine, *El Principito*, Barcelona, Salamandra Editorial, 2015.

- SANCHO ROYO, Antonio, “La teoría de los estilos de Hermógenes y el discurso sobre la corona de Demóstenes”, *Habis, Revista Científica de Filología*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 2002, núm. 33, pp. 273-299: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/30350> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- SANTIAGO GUERVÓS, Luis Enrique, “El poder de la palabra: Nietzsche y la Retórica”, en: NIETZSCHE, Friedrich, *op. cit.*, 2000, pp. 9-77.
  
- SCHAFFER, H. Rudolph, *Psicologia dello sviluppo. Un'introduzione*, trad. ital. Gilli Antonella, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2005.
  
- SCHOLOR, Juliet B., *Born to buy: the commercialized child and the new consumer culture*, New York, Scribner, 2004.
  
- SCHWIENBACHER Eva, “Bambini in pubblicità”, *Tesi di Laurea in Semiotica II*, Università di Bologna, Anno accademico 2011/212: <https://giovannacosenza.files.wordpress.com/2012/07/tesi-bambini-in-pubblicitacc80-eva-schwiembacher.pdf> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- SCRETI, Francesco, “Publicidad y Propaganda: Terminología, Ideología, Ingenuidad”, *Razón y palabra*, México: Instituto tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2011, Vol. 16, núm.78.
  
- SERIANNI, Luca – TRIFONE, Pietro, *Storia della lingua italiana*, Torino, Einaudi, 1994.
  
- SINGER, Charles, *Breve storia del pensiero scientifico*, Torino, Einaudi, 1961.
  
- SMITH, Michelle, “Talk about Sexualised! Old Love's Baby Soft Advertisement”, en *Blog. Girl's Literature and Culture*, 7 de enero de 2011: <http://www.girlsliterature.com.au/2011/01/talk-about-sexualised-old-advertisement.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- SÓFOCLES, *Ajax, Las Traquinias, Antígona, Edipo Rey*, trad. cast. Lucas De Dios, José M., Madrid, Alianza Editorial, 1988.
  
- SOSNOSKI, James, “Hyper-Readers and their Reading Engines”, en HAWISHER, Gail- SELFE, Cynthia (Eds.), *Passions, Pedagogies, and 21st Century Technologies*, Utah State University Press, 1999.
  
- STORONI PIAZZA, Anna Marina, *Padri e figli nell’Antica Grecia*, Roma, Armando Editore, 1991.
  
- SUESCÚN, Nicolás, “Introducción” y traducción, en Blake, William, *Canciones de inocencia y de experiencia*, Caracas, Fundación editorial El perro y la Rana, 2009, pp. IX-XXII: <https://es.scribd.com/doc/209938451/29286183-Canciones-de-inocencia-y-de-experiencia-William-Blake-pdf> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- SVITAK, Adora, “What adults can learn from kids”, *Ted Ideas Worth Spreading*: [https://www.ted.com/talks/adora\\_svitak/transcript](https://www.ted.com/talks/adora_svitak/transcript) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- TASCÓN, Mario, (ed.), *Escribir en Internet*. Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2012.
  
- THOMPSON, Clive, “Teenagers And Social Networking: It Might Actually Be Good For Them”, *The Guardian*, 5 de octubre de 2013: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2013/oct/05/teens-social-networking-good-for-them> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- TITO LIVIO, *Ab vrbe condita Liber VII*, The Latin Library, <http://www.thelatinlibrary.com/livy/liv.7.shtml> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- TRUJILLO ARMAS, Raúl, “Derechos del niño: evolución y perspectivas desde la pediatría social”, *Revista Canarias Pediátrica*, 2000, 24, núm. 3: <http://scptfe.com/inic/download.php?idfichero=349> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- TURKLE, Sherry, *Insieme ma soli. Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*, Torino, Codice Edizioni, 2012.
- TWAIN, Mark, *Las aventuras de Tom Sawyer*, Biblioteca virtual Miguel de Cervantes: [http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/las-aventuras-de-tom-sawyer--0/html/0005943c-82b2-11df-acc7-002185ce6064\\_2.html - I\\_0](http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/las-aventuras-de-tom-sawyer--0/html/0005943c-82b2-11df-acc7-002185ce6064_2.html - I_0) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- ULMER, Gregory, *Teletheory: Grammatology in the age of video*, New York, Routledge, 1989.
- UNICEF (Italia) Office of Research-Innocenti Italia: *La Seguridad en Línea de los Niños*, maggio 2013: <https://www.unicef-irc.org/publications/693-la-sicurezza-dei-bambini-online-sfide-globali-e-strategie.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- URBINA, Raúl, “Los blogs, los mecanismos de intercomunicación y la retórica”, *Crisis analógica, futuro digital: actas del IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad*, Madrid, 2009.
- VALENZUELA, Fernando, “La ingenuidad como forma de clasificación social en el arte: un análisis sociológico”, *Cinta de Moebio, Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, Universidad de Chile, 2013 núm. 48, pp. 136-146: <http://www.moebio.uchile.cl/48/valenzuela.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- VALESIO, Paolo, *Ascoltare il silenzio: La retorica come teoría*, Bologna, Il Mulino, 1986.
- VAN DIJK, Teun Adrianus, *Per una poética generativa*, Bologna, Il Mulino, 1976.
- ---, *Discurso y poder*, Barcelona, Gedisa, 2009.
- ---, *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I: una introducción multidisciplinaria*, Barcelona, Gedisa, 2000.

- ---, *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II: una introducción multidisciplinaria*, Barcelona, Gedisa, 2000.
- VOLLI, Ugo, *Semiotica della pubblicità*, Roma-Bari, Laterza Edizioni, 2003.
- VV. AA, *La nueva comunicación*. Selección e introducción de Yves Winkin, trad. cast. Fibla, Jorge, Barcelona, Kairós, 2005.
- YOUSAFZAI, Malala - LAMB, Christina, *Io sono Malala*, Milano, Garzanti, 2013.
- YUS, Francisco, *Ciberpragmática*, Barcelona, Ariel Ed., 2001.
- ZAMBRANO, Maria, *Verso un sapere dell'anima*, trad. ital., NOBILI Eliana, Milano, Raffaello Cortina Ed., 1966.

## **SITOGRAFÍA**

- ABC: <http://www.abc.es/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Actio Nova: Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada. Portal de Revistas electrónicas de la UAM: <https://revistas.uam.es/index.php/actionova> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Adora Svitak. Sitio web: [www.adorasvitak.com](http://www.adorasvitak.com) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Associazione culturale Libertà e Giustizia: [www.libertaegiustizia.it](http://www.libertaegiustizia.it) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- BBC News: <http://www.bbc.com/news> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Biblioteca digital de la Universidad Nacional Autónoma de México: <http://bidi.unam.mx> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Biblioteca virtual Miguel de Cervantes: [www.cervantesvirtual.com](http://www.cervantesvirtual.com) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Biblioteca virtual universal: <http://www.biblioteca.org.ar/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Biblos-e Archivo de la UAM: <https://repositorio.uam.es> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Castilla. Estudios de Literatura. Universidad de Valladolid. Revistas: <https://revistas.uva.es/index.php/castilla/index> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile: <http://www.moebio.uchile.cl/index.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- Ciudadanos constituyentes: <https://ciudadanosconstituyentes.wordpress.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- Contralínea. Revista de periodismo de investigación: <http://www.contralinea.com.mx/archivo-revista/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- Corriere della Sera: <http://www.corriere.it/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- Cuadernos de literatura. Revista de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cualit/index> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla: <https://idus.us.es/xmlui> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- Dessì, Antonio - *Nella stanza dello psicologo, Blog di psicoterapia*: [www.antonio-dessi.blog.tiscali.it](http://www.antonio-dessi.blog.tiscali.it) [Último acceso: 28 de abril de 2018].
  
- Dicenda. Cuadernos de Filología Hispánica de la Universidad Complutense de Madrid: <https://revistas.ucm.es/index.php/DICE> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- Dis.amb.iguando – Blog per studiare, fare e disfare comunicazione – de la profesora Giovanna Cosenza de la Universidad de Bolonia: <https://giovannacosenza.wordpress.com> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
  
- EAE Business School: <https://www.eae.es/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].



- El País: <https://elpais.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Elcastellano.org. La página del idioma español: <http://www.elcastellano.org/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Enciclonet. 3.0: [www.enciclonet.com](http://www.enciclonet.com) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Espéculo. Revista de estudios literarios de la Universidad Complutense de Madrid: <http://webs.ucm.es/info/especulo/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Europa Press: <http://www.europapress.es/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Fundación Cuatro Gatos: <https://cuatrogatos.org/index.php> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Fundación DIALNET de la Universidad de la Rioja: <https://dialnet.unirioja.es/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Fundación Telefónica España: <https://www.fundaciontelefonica.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Fundación Terre des Hommes Italia: [http://www.cartadimilano.org/?page\\_id=1638](http://www.cartadimilano.org/?page_id=1638) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Hathitrust. Digital Library: [www.hathitrust.org](http://www.hathitrust.org) [Último acceso: 28 de abril de 2018].
- Instagram: <https://www.instagram.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Kairos: <http://www.kairos.com.co/nosotros> [Último acceso: 30 de

abril de 2018].

- L'Espresso: <http://espresso.repubblica.it/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- L'intellettuale dissidente: <http://www.lintellettualedissidente.it/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- La Rassegna Stampa di Arianna Editrice: <https://www.ariannaeditrice.it/articoli/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- La Strada. Web Magazine: <http://www.lastradaweb.it/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Lo Sguardo. Rivista elettronica di filosofía: <http://www.losguardo.net/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Malala. Sitio web del Premio Nobel Malala Yousafzai: [www.malala.org](http://www.malala.org) [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- NBC Washington: <https://www.nbcwashington.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- New York Post: <https://nypost.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Observatorio para la Cibersociedad: [www.cibersociedad.net](http://www.cibersociedad.net) [Último acceso: 22 de mayo de 2017].

- Observatorio Tecnológico de la Universidad Politécnica de Valencia: <https://observatorio.iti.upv.es/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Onda Cero Radio: <http://www.ondacero.es/> [Último acceso: 28 de abril de 2018].

- Ortiz, Ciro – Perfil en Instagram:

<https://www.instagram.com/emotionaladvicekid/> y  
<https://www.instagram.com/p/BLosXLbjrvP/?tagged=emotionaladvice>  
[Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Pacific Standard Magazine: <https://psmag.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Perfil. Periódico digital: <http://www.perfil.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Pinterest: <https://www.pinterest.com> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Prensky, Mark – Sitio Web: <https://marcprensky.com> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- ProChile. Ministerio de Relaciones Exteriores: <http://www.prochile.gob.cl/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Quotidiano.net: <https://www.quotidiano.net/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Real Academia Española: <http://www.rae.es> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Redes para la Ciencia – Blog de Eduard Punset: <https://www.redesparalaciencia.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Rétor. Asociación Argentina de Retórica: <http://revistaretor.org/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Revista de la Sociedad Canaria de Pediatría de Santa Cruz de Tenerife: <http://scptfe.com> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Revista Luthor: <http://www.revistaluthor.com.ar/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Scribd: <https://es.scribd.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Semana. Periódico digital: [www.semana.com](http://www.semana.com) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Sistema de Información Científica Redalyc, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal: <http://www.redalyc.org/home.oa> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Sitio web de Cristina Gabetti: <http://www.cristinagabetti.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Sitosophia. Plataforma digital de los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Catania: <https://www.sitosophia.org/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Smith, Michelle – Blog, Girl’s Literature and Culture: <http://www.girlsliterature.com.au/p/about-me.html> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Sociólogos. Blog de Sociología y Actualidad: <https://sociologos.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- Ted Ideas Worth Spreading: <https://www.ted.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- The Guardian. International edition: [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- The Latin Library: <http://www.thelatinlibrary.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- The New York Times: <https://www.nytimes.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- The William Blake Archive: <http://erdman.blakearchive.org/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].

- Tonos Digital. Revista de Estudios Filológicos: [www.tonosdigital.com](http://www.tonosdigital.com) [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- UNICEF (Italia) Office of Research-Innocenti Italia: <https://www.unicef-irc.org/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].
- YouTube: <https://www.youtube.com/> [Último acceso: 30 de abril de 2018].